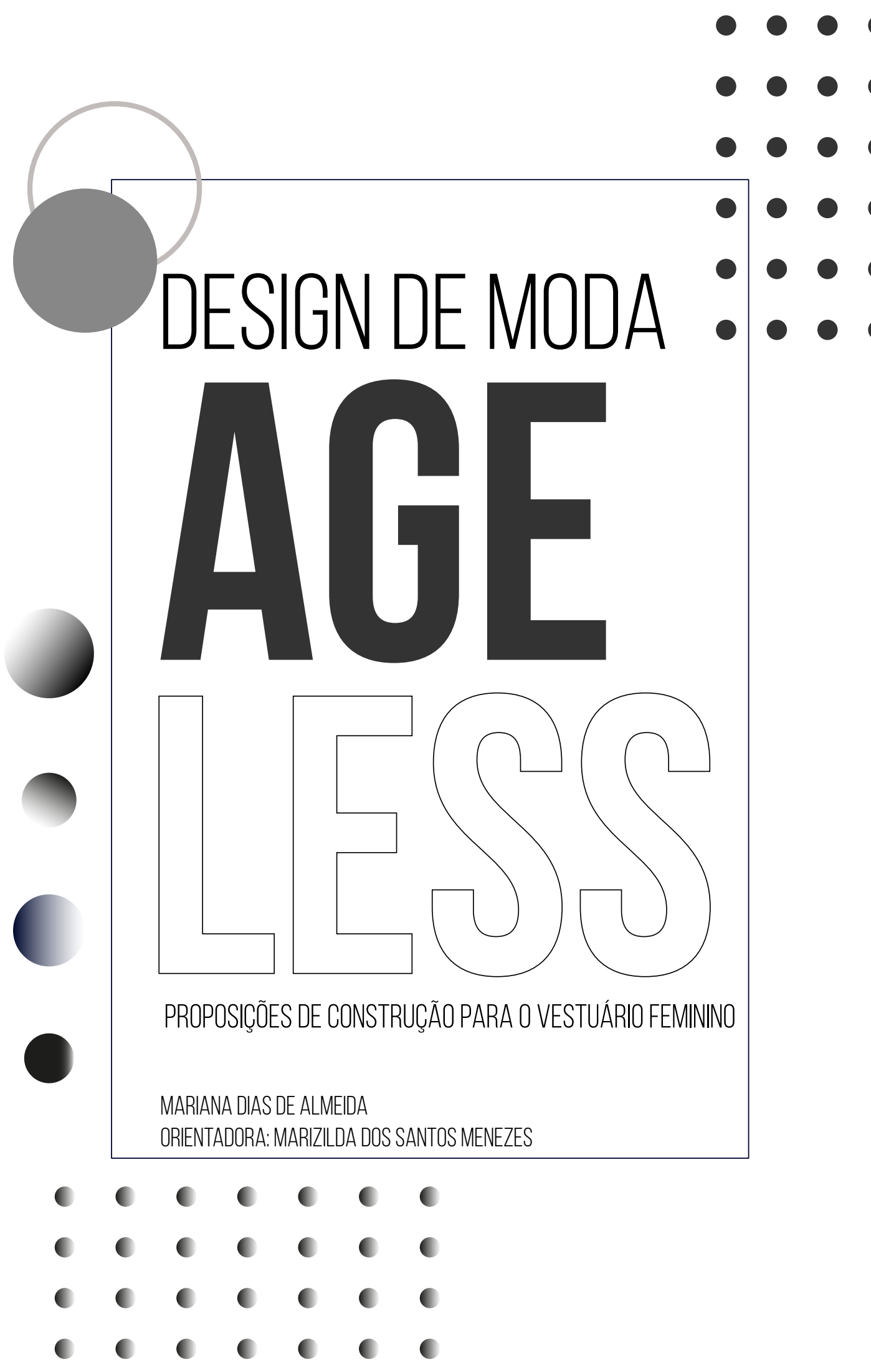




DESIGN DE MODA

AGE

LESS

PROPOSIÇÕES DE CONSTRUÇÃO PARA O VESTUÁRIO FEMININO

MARIANA DIAS DE ALMEIDA

ORIENTADORA: MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Programa de Pós-graduação em Design



**DESIGN DE MODA AGELESS:
PROPOSIÇÕES DE CONSTRUÇÃO PARA O VESTUÁRIO FEMININO.**

Mariana Dias de Almeida

Marizilda dos Santos Menezes

(Orientadora)

Bauru – 2021

Mariana Dias de Almeida

**DESIGN DE MODA AGELESS:
PROPOSIÇÕES DE CONSTRUÇÃO PARA O VESTUÁRIO FEMININO.**

Tese de doutorado elaborado junto ao Programa de Pós-graduação em Design (área de concentração: Desenho do Produto; linha de pesquisa: Planejamento de produto) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", para obtenção do título de Doutora em Design.

Orientadora: **Prof^a Dr^a Marizilda dos Santos Menezes.**

Co-orientadora: **Prof^a Dr^a Ana Cristina da Luz Broega.**

Bauru - 2021

Almeida, Mariana Dias de.

Design de Moda Ageless: Proposições de
construção para o vestuário feminino / Mariana
Dias de Almeida, 2021
140 f. : il.

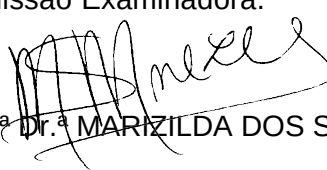
Orientadora: Marizilda dos Santos Menezes

Tese (Doutorado)-Universidade Estadual
Paulista (Unesp). Faculdade de Arquitetura, Artes
e Comunicação, Bauru, 2021

1. Design Inclusivo. 2. Vestuário. 3. Idosas.
4. Conforto. I. Universidade Estadual Paulista.
Faculdade de de Arquitetura, Artes e Comunicação.
II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE MARIANA DIAS DE ALMEIDA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 23 dias do mês de junho do ano de 2021, às 09:00 horas, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de MARIANA DIAS DE ALMEIDA, intitulada **DESIGN DE MODA AGELESS: PROPOSIÇÕES DE CONSTRUÇÃO PARA O VESTUÁRIO FEMININO**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Prof.^a Dr.^a MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / FAAC/UNESP/Bauru, Prof. Titular LUIS CARLOS PASCHOARELLI (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / FAAC/Unesp/Bauru, Prof.^a Dr.^a PAULA DA CRUZ LANDIM (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / FAAC/Unesp/Bauru, Prof.^a Dr.^a MARIANA MENIN GAZOLA (Participação Virtual) do(a) UNISAGRADO – Centro Universitário Sagrado Coração, Prof.^a Dr.^a SILEIDE APARECIDA DE OLIVEIRA PACCOLA (Participação Virtual) do(a) UNISAGRADO – Centro Universitário Sagrado Coração. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADO _____. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.


Prof.^a Dr.^a MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES

COMISSÃO AVALIADORA

Titulares

Prof^a. Dr^a Marizilda dos Santos Menezes

Universidade Estadual Paulista “Julio Mesquita Filho”

Orientadora

Prof. Dr. Luis Carlos Paschoarelli

Universidade Estadual Paulista “Julio Mesquita Filho”

Prof^a. Dr^a Paula da Cruz Landim

Universidade Estadual Paulista “Julio Mesquita Filho”

Prof^a. Dr^a. Mariana Menin Gazola

Centro Universitário Sagrado Coração

Prof^a. Dr^a. Sileide Aparecida de Oliveira Paccola

Centro Universitário Sagrado Coração

Suplentes

Prof^a Dr^a Suzana Barretos Martins

Universidade Estadual de Londrina

Pro^a Dr^a Patricia Mello de Souza

Universidade Estadual de Londrina

Prof Dr João Eduardo Guarnetti dos Santos

Universidade Estadual Paulista “Julio Mesquita Filho”

Prof. Dr. Fausto Orsi Medola

Universidade Estadual Paulista “Julio Mesquita Filho”

“É preciso chegar ativo à terceira idade, não lamentar o envelhecimento, mas encará-lo como uma celebração da sabedoria.”

Alexandre Kalache

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser essencial em minha vida, meu guia, socorro presente na hora da angústia, ao meu pai Osvaldino (in memoriam) por ter sido meu apoiador nos estudos, minha mãe Celina minha joia rara, meu porto seguro, razão da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer a Deus, Jesus Cristo e Nossa Senhora Aparecida por toda força espiritual que me guiaram, que me dão sabedoria para poder fazer o meu melhor, que nos momentos difíceis tive o amparo e a bênçãos divinas.

A Cel e Val, meus pais maravilhosos que me abençoaram com a vida, com a educação, pois, lembro de seus primeiros ensinamentos, desde as primeiras palavras, o caráter, vocês foram e são meu maior exemplo de seres humanos e cidadãos, pai onde estiver você segue sendo meu melhor amigo, mãe linda suas orações e seu amor me fazem sempre agradecer por Deus ter me dado a melhor mãe que eu poderia ter, minha amiga e minha razão de ser.

A todas as mulheres que contribuíram com esta pesquisa, sem elas nada disso seria possível, aprendia com elas em todas suas falas, vi o envelhecimento a partir de uma outra ótica; aos profissionais entrevistados e aqui elenco também as designers incríveis que surgiram na minha pesquisa e na minha vida: Onnara, Luana, Iakyma e Sileide.

E agora o momento que agradeço as mulheres que me educaram, onde estiverem saibam que a garota que esteve em suas aulas chegou longe: Elizete, Lucia, Clarice, Mitika, Joana, Eunice, Lucia, Lusía, Nadia, Soraia, Cleonice, Maria Celeste, Patricia, Dorotéia, Rosimeiri, Adriana, Lucimar...

E não poderia deixar de agradecer a grande mulher e minha orientadora Marizilda dos Santos Menezes, que me acolheu, orientou-me, passou tanta sabedoria, aprendo tanto com você que nem sei se já agradei o suficiente, antes de orientadora já era minha amiga, infinitamente sou lhe grata.

A minha co-orientadora Ana Cristina da Luz Broega, que pessoa incrível, uma mulher sábia e de conhecimento vasto, agradeço muito ter aceitado me orientar também, muitas bênçãos em sua vida!

E as minhas amigas que deram tanto suporte e carinho: Tamissa, Erica, Rosana, Tatiana, Fabiana, Érika, Lidyane e Sileide, amo vocês!

RESUMO

A nova imagem das mulheres idosas tem desmistificado o perfil de senhoras frágeis e de estética simples. A idosa possui alguns novos ou os mesmos anseios que as mulheres mais jovens ou em outros períodos da vida, mas o despreparo do setor de vestuário para com estas mulheres pode levar a crer que a moda desconhece os aspectos de conforto e estética da nova idosa, que podem ser tanto simples quanto moderna e articulada, que dependerá do repertório que por ela foi construído. Assim, foram sugeridas diretrizes projetuais que proporcionem um projeto de vestuário baseado na vivência da realidade do usuário a fim de proporcionar maior direcionamento inclusivo das idosas. Para tanto cabe investigar os aspectos de conforto (psicológicos, ergonômicos, sensoriais e térmicos), bem-estar e valorização do vestuário destinadas às mulheres idosas de 65 a 75 anos.

Palavras-chave: Design inclusivo, vestuário, idosas, conforto.

ABSTRACT

The new image of older women has demystified the profile of fragile ladies and simple aesthetics, the woman has some new or the same yearnings, and the unpreparedness of the clothing sector towards these women may lead us to believe that fashion does not know the true image. of the new elderly woman, who can be simple as well as modern and articulate, which will depend on the repertoire that she has built. Thus with methodological guidelines that provide a clothing project with experience of the user's reality, can provide greater inclusive direction of the elderly. Therefore, it is necessary to investigate the aspects of comfort (psychological, ergonomic, sensory and thermal), well-being and valuation of clothing for elderly women from 65 to 75 years old.

Keywords: Inclusive design, clothing, elderly, comfort.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Trajetória da pesquisa	27
Figura 2: Relevância e vigor no design science research (DSR)	29
Figura 3: Etapas da Design Science Research e suas saídas	30
Figura 4: Síntese dos conceitos e fundamentos da DSR.	31
Figura 5: Classe de problemas e artefatos.	32
Figura 6: Projeções futuras para o contingente populacional dos idosos	35
Figura 7: Mudanças biológicas durante o envelhecimento	40
Figura 8: Filme- Minhas tardes com Margheritte	50
Figura 9: Série – Grace e Frankie.....	51
Figura 10: Tesoura OXO Good Grips e do descascador de legumes	54
Figura 11: As cinco peles de Hundertwasser	58
Figura 12: Revisão sistemática	68
Figura 13: Lacuna da pesquisa	74
Figura 14: Exemplo páginas do planner	88
Figura 15: Exemplo dos cards	88
Figura 16: Base de análise do croqui.	89
Figura 17: Procedimento para uso do planner	91
Figura 18: Produtos Ageless.....	92
Figura 19: Cronograma	93
Figura 20: Anotações da Persona	94
Figura 21: Card Personas	95
Figura 22: Planejamento Emocional.....	97
Figura 23: Cards Componentes Emocionais	98
Figura 24: Personalidade List	99
Figura 25: Card Personalidade	100

Figura 26: Critérios a serem atentados	101
Figura 27: Fotos das entrevistadas	102
Figura 28: Croqui	102
Figura 29: Análise da tarefa	106
Figura 30: Ficha técnica	107

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1: População acima dos 50 anos cresce rapidamente 2018/2025 35

Tabela 1: Estratégia para condução da pesquisa científica fundamentada na Design Science Research	28
Tabela 2: Design e Idosos – Linha do tempo.....	46
Tabela 3: Dimensões do conforto	60
Tabela 4: Resposta do vestuário ao conforto	61
Tabela 5: Requisitos de conforto no vestuário para idosos	63
Tabela 6: Revisão de base de dados	69
Tabela 7: Grupos de pesquisa	70
Tabela 8: Dimensão do estudo	71
Tabela 9: Convalidações	72
Tabela 10: Síntese da matriz.....	73
Tabela 11:Revisão da literatura.....	74
Tabela 12:Teste de conforto dos produtos Ageless.....	105

LISTA DE ABREVIACÕES

ONU	Organização das Nações Unidas
OMS	Organização Mundial da Saúde
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Sumário

1.1	Panorama Geral	16
1.2	Delimitação do problema	17
1.3	Objeto de estudo.....	18
1.4	Resultados pretendidos.....	19
1.5	Viabilidade	19
1.6	Interesse	20
1.7	Síntese dos capítulos da tese	21
2.	PROPOSIÇÃO	23
2.1	Questão de pesquisa.....	23
2.2	Hipóteses	23
2.3	Objetivos.....	23
2.3.1	Geral	24
2.3.2	Específicos	24
3.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	25
3.1	Materiais	25
3.2	Métodos	25
4.	CONSCIENTIZAÇÃO DO PROBLEMA	33
4.1	O idoso brasileiro	33
4.2	O idoso contemporâneo	36
4.3	O envelhecimento para a mulher	42
4.4	Design inclusivo.....	45
4.5	A moda caracterizando a antiga e nova idosa.....	50
4.6	O design de vestuário inclusivo e o idoso	53
4.7	Considerações sobre o corpo da mulher idosa.....	58
4.8	O conforto para o público idoso	60

5.	REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA	68
5.1	Enquadramento da questão	70
5.1.1	CrITÉrio de seleÇão de fontes:	71
5.1.2	Métodos de busca de fontes:	71
5.1.3	CrITÉrios para inclusão e exclusão de estudos:	71
5.2	Processo de seleÇão dos estudos:	71
5.2.1	Avaliação da qualidade dos estudos:	72
5.2.2	Estratégia de extração de informações:	72
5.2.3	Termos, sinônimos e fontes para busca:	72
5.3	Identificação de trabalho relevante:	72
5.4	Avaliação da qualidade dos estudos	75
5.5	Resumindo as evidências: trabalhos selecionados que apresentam resultados de impacto na aquisição de conhecimento ou habilidades	77
6.	Resultados	84
6.1	Entrevista com psicólogos	85
6.2	Entrevista com médicos	88
6.3	Entrevista com mulheres idosas	89
6.4	Entrevista com designers	94
7.	Discussão - Diretriz projetual dos produtos Ageless	94
7.1	Diretriz Finalizada	98
8.	Considerações Finais	116
9.	Referências	118

INTRODUÇÃO

1.1 Panorama Geral

O modo como os indivíduos têm pensado e se comportado mudou, e a moda se apresenta atualmente detentora de características que antes não faziam parte do seu conceito e conjuntura e poderiam ser consideradas até mesmo como obstáculos.

Nota-se agora uma incorporação ao discurso, contextos sobre sustentabilidade, responsabilidade social, digital, representatividade, empoderamentos e inclusão; todos estes conteúdos somente passaram a fazer parte do discurso porque o consumidor contemporâneo está mais exigente e sente a necessidade de produtos e serviços que correspondam ao seu estilo de vida.

Borges (2018) suscita várias nomenclaturas para este consumidor, mas chama a atenção para os seguintes termos: exigente, transformador e antenado. Tais características podem levar a crer que tem sido mais difícil atender aos seus anseios, porém, é justamente isso que coloca o consumidor no posto de protagonista e não de mero espectador, como em anos a moda fez diante de cada novo modismo ou tendência “ditatorial” de padrões.

O consumidor não exigia “representatividade”, o que hoje acabou se transformando em uma cobrança expressiva de indivíduos, antes tratados simplesmente como consumidores sem potencial mercadológico. Nota-se que o público agora é chamado a compor a autoria, para criar aspectos mais singulares e que os representam como são e como querem ser.

Assim, quando se abordam os aspectos modificadores da moda, sob o ponto de vista das indústrias, pode haver um embate no qual surge o questionamento sobre como se deve produzir de maneira consciente as suas responsabilidades, pois o design projeta tendo em vista as pessoas, mas são as indústrias que irão colocar isso em prática lacuna esta já diagnosticada por Coleman (1994), no início da década de

1990, e que deve ser continuamente trabalhada para que mais conteúdos de pesquisa aplicada possam ser manifestados.

1.2 Delimitação do problema

O tema apresentado neste trabalho envolve a mulher idosa e sua relação com a moda, mais precisamente como o vestuário tem atendido a esse público.

É sabido que a população brasileira está passando por um processo de envelhecimento acentuado, em que a inclusão dessa parcela da população se faz necessária, especialmente porque o Brasil não possui um sistema de políticas públicas, de sociedade e urbanística que abarque o idoso.

Essa inclusão é discutida por várias áreas e está relacionada à diversidade e a transversalidade. O vestuário aponta para perspectivas mais específicas no caso das mulheres idosas - direcionamento estudado por este trabalho, no qual o interlocutor é convidado a explorar e questionar a posição do design em sua exigência contemporânea, de estar cada vez mais atento ao ser humano e às mudanças da sociedade.

Para atender a esse público, faz-se necessário desenvolver uma investigação do novo perfil das mulheres idosas, na faixa etária compreendida entre 65 e 75 anos, que foi delimitada com base na abordagem da ONU. Tal abordagem divide os idosos em três categorias: os pré-idosos (entre 55 e 64 anos); os idosos jovens (entre 65 e 75 anos, para os indivíduos ocidentais, e entre 60 e 69, para quem vive na Ásia e na região do Pacífico); e os idosos de idade avançada (com mais de 75 ou 80 anos) (OLHAR VIRTUAL, 2008). A presente pesquisa se concentrou em idosos jovens (em caráter ocidental), por acreditar que é nesta fase que se observa o início do surgimento das características da senilidade.

Além da pesquisa sobre o novo perfil das mulheres idosas, também foi importante registrar o conjunto de atitudes e da nova postura que vem sendo

desenvolvida por essas mulheres, bem como o contexto social e o cenário onde estão incluídas, uma vez que constituem um público que tem ganhado importância no mercado e na sociedade.

A construção da imagem destas mulheres também passa por mudanças e o papel do vestuário, na sua caracterização de identidade, pode promover a autoestima, explorar a identidade feminina e valorizar essa fase de vida entre as próprias idosas, incluindo-se aí a forma como os outros as veem e se relacionam com a mulher desta fase.

Diante deste cenário, o vestuário e todo o sistema da moda podem reforçar estereótipos e estigmas sociais, retratando ora a idosa como uma mulher incapaz e frágil, ora como uma imagem moderna, evidenciando seu aspecto jovial e artificial e que quebram os paradigmas figurativos senis.

Porém, a realidade do envelhecimento da mulher é a de que muitas delas não estavam preparadas para a longitude da idade (KALACHE, 2019), e, nesse sentido, o design de moda, bem como outros setores, não se preparou para receber esse público da forma necessária. Por mais que o design esteja procurando satisfazer as necessidades dos idosos, o vestuário parece ainda estar em um estágio primário, em que há pouca preocupação e falta de preparo, levando à constituição de produtos adaptados ao invés de inclusivos.

Imediata é a necessidade de uma mudança na inobservância da mulher idosa, sobre suas expectativas quanto ao papel do vestuário em sua personalidade, bem como na construção da sua identidade, bem-estar físico e estético.

1.3 Objeto de estudo

Para abordagem deste trabalho o objeto de estudo são as mulheres que estão na faixa dos 65 a 75 anos de idade cronológica, não será levado em consideração seu poder aquisitivo ou grau de instrução, pois, pretende-se não estereotipar as

mulheres em questão, o que será atentado delas são: sua relação com o envelhecimento, quais as necessidades estéticas, qual o seu ponto de vista para o vestuário atual.

O público estudado foi delimitado em consonância com os aspectos atuais sobre os idosos, em que temos um público do gênero feminino na terceira idade com números mais expressivo, com vida social ativa e que a imagem estereotipada tem mudado gradativamente.

1.4 Resultados pretendidos

Este trabalho procura como resultado apresentar uma ferramenta de uso dos designers de moda, para ser utilizada no desenvolvimento de novos produtos para o público de mulheres idosas. E como reflexo da implantação dessa ferramenta proporcionar peças de vestuário que possam atender as necessidades do público em questão.

1.5 Viabilidade

A relevância desta pesquisa encontra-se, especialmente no presente momento, quando se analisa como a mulher idosa se tornou uma abordagem frequente em notícias jornalísticas, em publicações especializadas em Moda e Beleza, e, paradoxalmente, em como esse público ainda é negligenciado por parte dos designers e pela indústria da moda, no que diz respeito à idealização e à produção de peças de roupas confortáveis e apropriadas para o corpo dessa mulher.

Nos últimos anos, nota-se um movimento no sentido de apresentar e dar notoriedade à chamada mulher “ageless”, termo em inglês que significa, em seu sentido literal, “sem idade”, e que por vezes é adotado para expressar de maneira mais moderna a idosa contemporânea.

A moda e sua “nova idade” é estampada em capas de revistas, em programas televisivos, em filmes e reportagens, o que fortalece o papel e representatividade da mulher acima dos 60 anos.

No entanto, esse público indica ter dificuldade em encontrar produtos que as satisfaçam esteticamente quanto em relação ao conforto, ponto também demonstrado na pesquisa feita por Viana (2016) sobre a carência de produtos que incluam os idosos, e que os façam ser parte não apenas de um mercado consumidor, mas também como um indivíduo pertencente a uma sociedade.

Quando existe maior visibilidade de um determinado grupo, há maior oferta de produtos no mercado para esse público e, conseqüentemente, maior satisfação por parte desses indivíduos.

1.6 Interesse

O ponto principal de interesse é poder para o desenvolvimento de produtos, para mulheres que estão vivenciando o envelhecimento e que ainda vivenciarão, pois, trata-se de uma demanda atual que dever ser abordada no atual momento para que se tenha reflexos futuros.

Assim, além de oferecer subsídios para a temática do objeto de estudo em questão, tudo o que o norteia acaba sendo abrangido.

Os discursos feministas aumentam a compreensão da mulher no meio social, reforçando ainda mais que o design de moda deve se atualizar, pois, a persona da mulher idosa é uma macrotendência que não deve ser inobservada, deve ser melhor interpretada e trabalhada. Pois, desse modo, mediante a atuação da diretriz projetual que será proposta, os produtos de vestuário possam ser condizentes com seu público, sendo mais inclusivo abarcando mais usuários. Desmitificar o produto que insere o público de mulheres idosas, tornando-o como potencial de mercado, acaba por

favorecer ao não nomear como minoria, a quem possui um papel importante no consumo.

A moda necessita quebrar mais um paradigma que é os estereótipos da mulher que pode ser figurada pelo aspecto frágil ou denotada pelo rejuvenescimento, advindo do caráter moderno que modifica a feição senil, identificar a representação da relação da moda com a nova mulher idosa, suscita ainda mais a hipótese de que novos valores e situações que leva a questionar ou mesmo mudar pontos de vista culturais, sociais e pessoais, que são parte do contexto da sociedade.

Corroborando, leva-se a crer que é imediata a necessidade de uma mudança na negligência para com a mulher idosa, sobre suas expectativas quanto ao papel da indumentária em sua personalidade, bem como na construção da sua identidade e ao bem-estar físico e psicológico.

1.7 Síntese dos capítulos da tese

Para melhor compreensão da pesquisa, a tese foi dividida nas seguintes etapas:

Introdução, em que são elucidados os elementos de apresentação da pesquisa, contendo os aspectos de direcionamento, com a contextualização da problemática e os objetivos, o levantamento hipotético, quais os resultados que se pretendem alcançar e o que levou a pesquisadora a intentar por um assunto que embora seja discutido em amplos lugares, ainda é algo pouco discutido no campo do Design de Moda.

Capítulo 2: Proposição, a pesquisa possui uma proposta projetual para o vestuário, com este tópico apresenta-se quais são os elementos para que se possa desenvolver o trabalho tendo fundamentos necessário para demonstrar sua importância para a moda e para o social.

Capítulo 3: Procedimentos metodológicos, todas as etapas para o desenvolvimento deste trabalho tiveram uso de ferramentas para envolver dados que

pudessem antes fundamentar toda a pesquisa, para tanto alguns métodos foram necessários para se atingir o objetivo central.

Capítulo 4: Fundamentação teórica, em que há o detalhamento e apresentação do estado da arte da temática da problemática, em que envolve os seguintes tópicos: Idosos, inclusão e conforto na velhice.

Capítulo 5: Levantamento dos dados, posteriormente com a base construída diante da revisão da literatura, pode-se desenvolver a próxima etapa da pesquisa, que foram as entrevistas aos indivíduos assinalados pela metodologia levantada, assim, estes dados foram observados para que houvesse aplicabilidade de análises pertinentes a fundamentação das possíveis diretrizes metodológicas.

Capítulo 6: Resultados e análises, mediante os dados levantados pelas entrevistas e pela revisão da literatura, a pesquisa permeou os aspectos que serão refletidos ao objeto central que se inclinará para o desenvolvimento de futuras vestimentas que possam atender ao público idoso feminino.

Capítulo 7: Diretrizes projetuais, reunindo todos os parâmetros incorporados dos capítulos anteriores, pretendeu-se levantar informações e direções para que haja um possível processo projetual de vestuário para que o envelhecimento corporal da mulher seja mais bem atendido e praticável, através de protocolos de desenvolvimento e avaliação.

Considerações Finais, neste capítulo tem-se o encerramento de parte desta pesquisa, pretendendo que outras pesquisas se alimentem dela, para que as discussões acerca da relação moda, inclusão e idoso, diminuam as lacunas nos projetos de vestuário e em metodologias que abranjam mais indivíduos e abarquem a inclusão como uma realidade a não ser mais atingida, mas uma necessidade que preconiza atenção.

2. PROPOSIÇÃO

2.1 Questão de pesquisa

Quais os critérios projetuais que devem ser incluídos no desenvolvimento de produtos de vestuário, a fim de torná-lo eficiente no que compreende conforto e bem-estar para mulheres idosas na faixa dos 65 aos 75 anos?

2.2 Hipóteses

Diretrizes projetuais quando abordam o público-alvo de modo enfático, procurando atender as necessidades de conforto e considerando os aspectos emocionais, pode-se gerar produtos de vestuário condizentes com o público e suas aspirações

A inclusão de critérios de conforto como ponto avaliativo, pode ser um meio de rever as propostas de produtos de vestuário, dada a definição do público-alvo através da opção de personas, a determinação de suas necessidades, definição dos requisitos de projeto, pautados pelos recursos da emoção que se pretende dar no desenvolvimento da coleção e na caracterização da personalidade dos produtos.

Assim, além de possíveis incertezas que um projeto de moda engloba, somada à ferramentas práticas poderá auxiliar o emprego prático e objetivo para designers e indústrias.

2.3 Objetivos

A partir de uma investigação das funções do design (prático-funcionais, estéticas e simbólicas) relacionadas aos aspectos de conforto (psicológicos, ergonômicos, sensoriais e térmicos), bem-estar e valorização do vestuário destinadas às mulheres idosas jovens (dos 65 a 75 anos), tem-se a proposta de observar as adequações e/ou inadequações projetuais tendo, em vista o desenvolvimento de diretrizes de

desenvolvimento projetual, para que profissionais de design de moda e futuros designers, possam ter fundamentos e subsídios para conseguir desenvolver produtos de vestuário que atendam às necessidades em termos de parâmetros de conforto estético referentes a mulher idosa. Assim, a presente tese tem como objetivos:

2.3.1 Geral

Desenvolver uma diretriz projetual que possa ser utilizada por um designer para criar produtos de vestuário que atenda mulheres idosas com base no conceito do design inclusivo. Adequando suas necessidades físicas e sociais aos seus anseios mercadológicos, ou seja, que esta mulher possa se sentir parte do contexto do mercado da indústria da moda, que por vezes as marginalizam como um consumidor não interessante.

2.3.2 Específicos

- Investigar o perfil das mulheres idosas, suas características, necessidades e parâmetros psicomotores pertinentes do envelhecimento;
- Pesquisar os aspectos do envelhecimento e da velhice feminina considerando a faixa etária compreendida entre 65 a 75 anos, e mulheres que estão ativas no mercado de trabalho ou aposentadas, porém, não dependentes;
- Criar um processo de desenvolvimento de produto que seja factível à prática industrial;
- Estabelecer possíveis soluções no vestuário que atendam às mulheres de 65 a 75 anos;
- Ter como base de apoio critérios físicos ergonômicos e da inclusão social para os princípios projetuais;
- Propor meios para que os designers sejam impulsionadores de um design mais responsivo.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A investigação desenvolveu-se em três momentos distintos: pesquisa bibliográfica, entrevista com os sujeitos e análise.

3.1 Materiais

- Literatura que firmem um domínio através de teorias.
- Artigos e pesquisas científicas.
- Revistas e demais publicações de periódicos científicos.
- Palestras e workshops, para que se reforce com exemplos e visões prática sobre o assunto.
- Questionários semiestruturado, com idosas jovens para um esclarecimento específico sobre as problemáticas pertinentes à idade.
- Entrevistas que tenham a finalidade de esclarecer e analisar o campo estudado, com profissionais geriatras e psicólogos.

3.2 Métodos

A pesquisa adotou a metodologia *Design Science Research*, que trata de um procedimento com o propósito de procurar soluções para problemáticas práticas ou uma classe de problemas (DRESH, LACERDA, ANTUNES JÚNIOR, 2015), uma pesquisa-ação em que se pretende reduzir a distância da teoria para com a prática, este é um método aplicado frequentemente em áreas como gestão, engenharias e ciência da informação, porém, atentando a aplicabilidade na área do design de moda, pois, um dos pontos que a DSR aborda é a adoção nos projetos por uma sistematização na concepção de artefatos e/ou seu melhoramento (RODRIGUES, 2018).

Para Wieringa (2009) há um processo lógico e sistemático quando se propõe a solucionar um problema de ordem prática, recorre-se aos conhecimentos teóricos, o

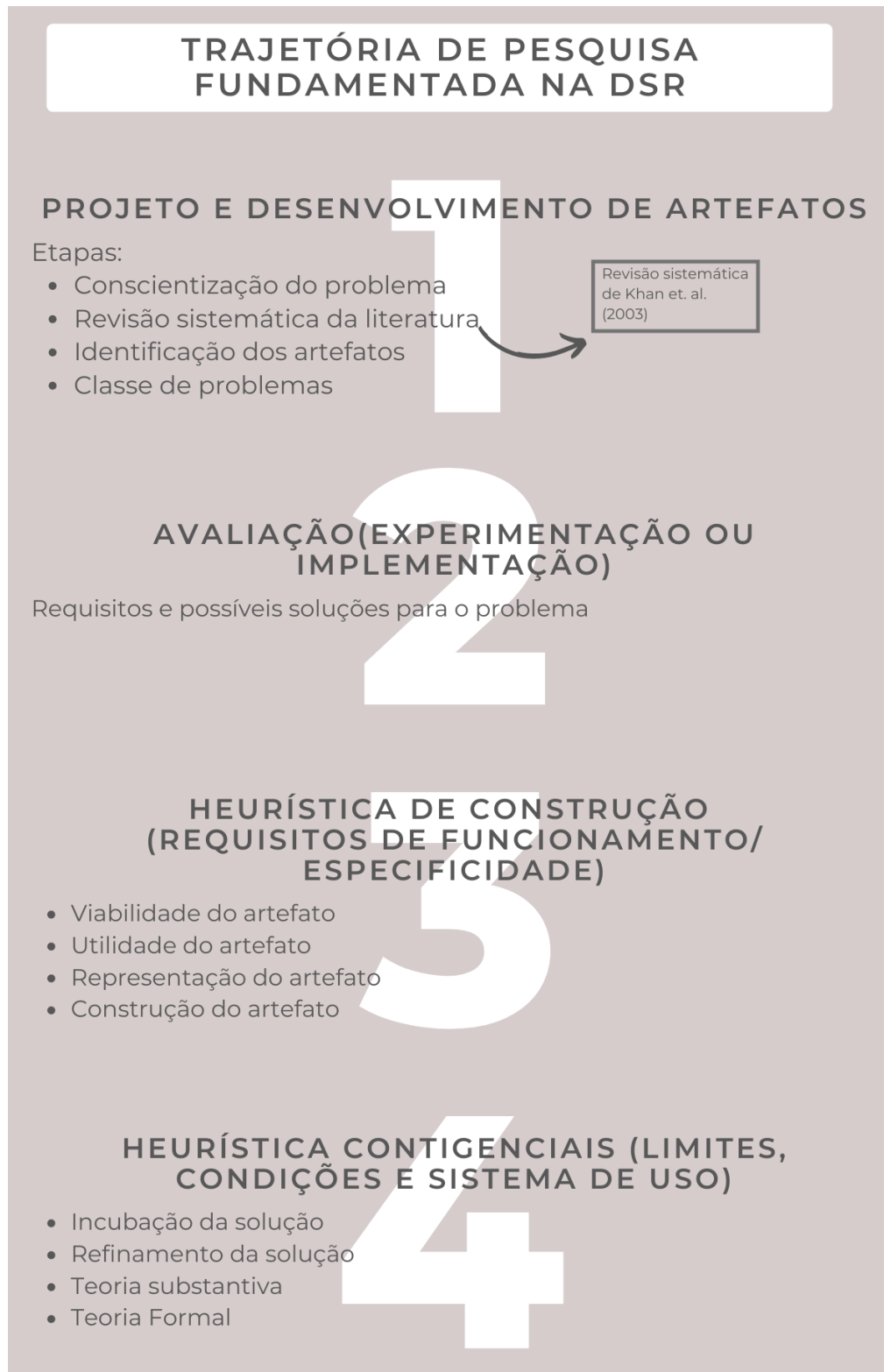
que pode levar a reconstruir racionalmente mais níveis da teoria, o autor explica que para os problemas práticos “exigem uma mudança de mundo para que ele concorde melhor com alguns objetivos das partes interessadas” (WIERINGA, 2009, p. 1), ou seja, a mudança de um ponto de vista pode ser aplicável desde que atenda ao objetivo do objeto da pesquisa e para os problemas de conhecimento caberia uma “diferença entre o conhecimento atual das partes interessadas sobre o mundo e o que eles gostariam de saber” (WIERINGA, 2009, p.2).

Com o intuito de aplicar todo conhecimento visto sobre o objeto de estudo desta pesquisa procurou-se estruturar em uma série de etapas sistemáticas, que podem ser hierarquizadas e cronologicamente definidas, assim com base nos conceitos de Herner et. a. (2009) e Wieringa (2009), Costa (2021) elaborou-se um esquema em que apresenta a trajetória de uma pesquisa fundamentada na DSR (figura 1).

Para melhor compreensão dos termos apresentados na figura 1, cabe explicar os conceitos aplicados (DRESH, LACERDA, ANTUNES JÚNIOR, 2015):

- Artefato: trata-se do objeto artificial, aquele que foi construído pelo homem.
- Classe dos problemas: classe de casos que podem ser atendidos por soluções generalizáveis, advindas do conhecimento gerado pela *Design Science Research*.
- Heurísticas de construção: definição de como o artefato funcionará para o objetivo traçado.
- Heurísticas contingenciais: formalização da aplicabilidade real.

Figura 1: Trajetória da pesquisa



Fonte: Adaptado de Costa (2021)

Desta forma este trabalho seguirá com as estruturas de definições quanto às estratégias para condução da pesquisa, os critérios para condução da pesquisa e por fim a síntese dos paradigmas epistemológicos. Assim, para verificar que o projeto cabe nas prerrogativas determinadas para se conceber uma pesquisa em Design Science Research, foram elencadas as determinações de cada parâmetro para diagnosticar todas as etapas metodológicas a serem desenvolvidas.

Para o primeiro diagnóstico cabia elencar as estratégias para a condução da pesquisa, seguindo as etapas discriminadas por Dresh et. al. (2015) (Tabela 1).

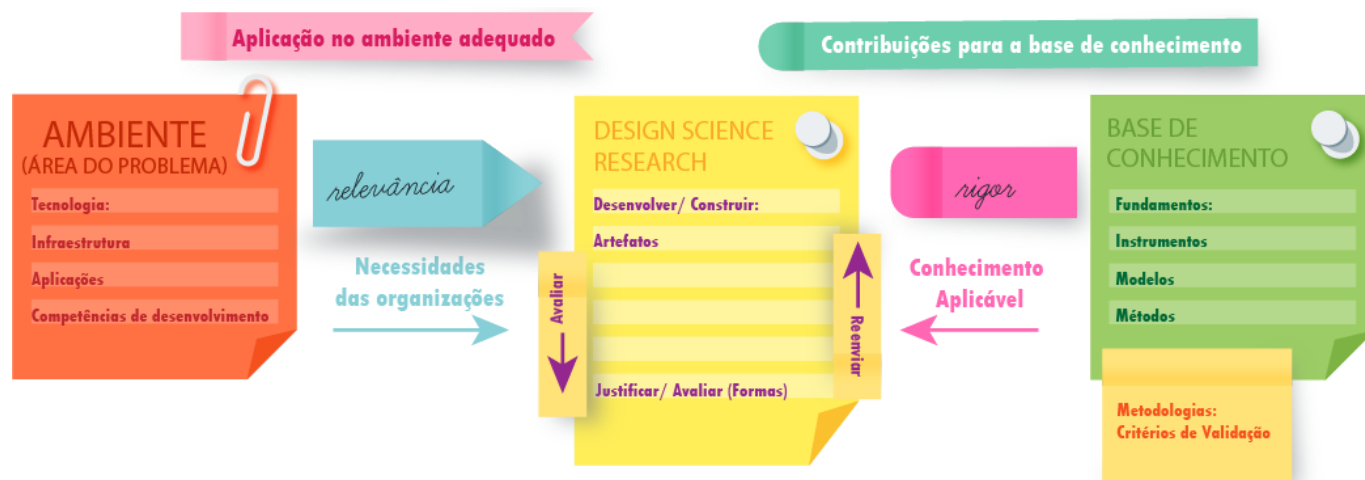
Tabela 1: Estratégia para condução da pesquisa científica fundamentada na Design Science Research

ETAPAS	PROJETO – MODA AGELESS
1. RAZÕES PARA REALIZAR UMA PESQUISA	Solução para um problema prático ou classe de problemas
2. OBJETIVOS DA PESQUISA	Prescrever/Projetar/Formalizar artefatos existentes
3. MÉTODOS CIENTÍFICOS	Método abduativos – Sugere o que pode ser
4. MÉTODOS DE PESQUISA	Design Science Research
5. MÉTODO DE TRABALHO	Orientado à solução de problemas
6. TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS	Bibliográfica, entrevistas, questionários e observação direta.
7. RESULTADOS CONFIÁVEIS E RELEVANTES	Com aplicabilidade direta com foco na solução.

Fonte: Adaptado de Dresh et. al. (2015)

A tabela verifica o conhecimento que será construído ao longo do desenvolvimento do projeto, quanto à condução da pesquisa, segue por um senso cíclico com fatores fundamentais na relevância e no rigor com que se dá a cada etapa (Figura 2), para um projeto de ordem sistêmica acaba por agregar com mais conhecimento a uma determinada área.

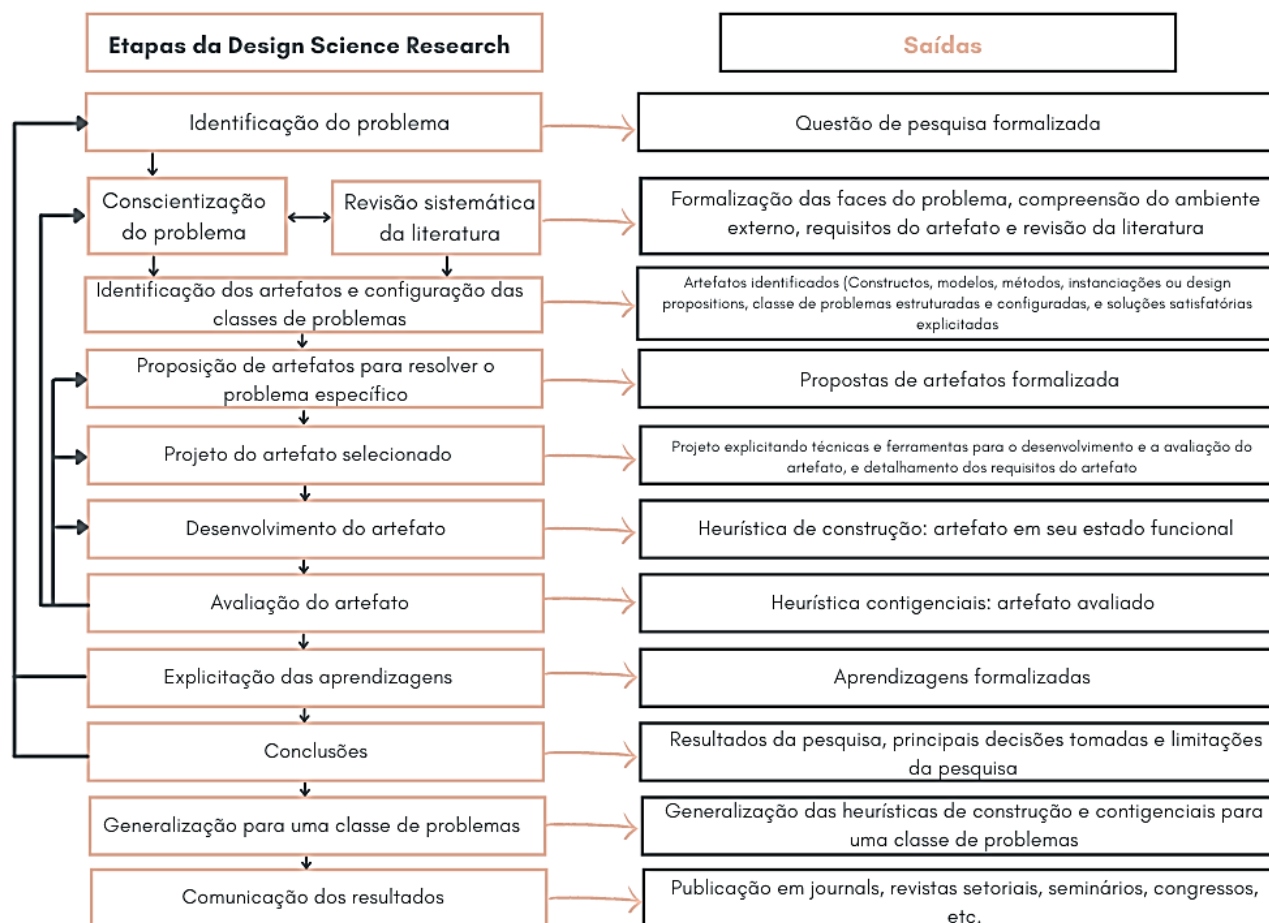
Figura 2: Relevância e vigor no design science research (DSR)



Fonte: Adaptada de Dresh et. al. (2015).

Um dos pontos com enfoque bem definido pela DSR (Figura 2) é quanto à relevância e o rigor da pesquisa, pois, quando se apresenta estes pontos primeiro há uma conscientização sobre a importância de abordar o problema que se busca solução, colocando em destaque as possibilidades para se alcançar mais base de conhecimento, bem como uma aplicabilidade adequada, com mais constância para pesquisa que poderá produzir contribuições teóricas e práticas, ou saídas objetivas (Figura 3) que atendem em um panorama mais amplo e geral.

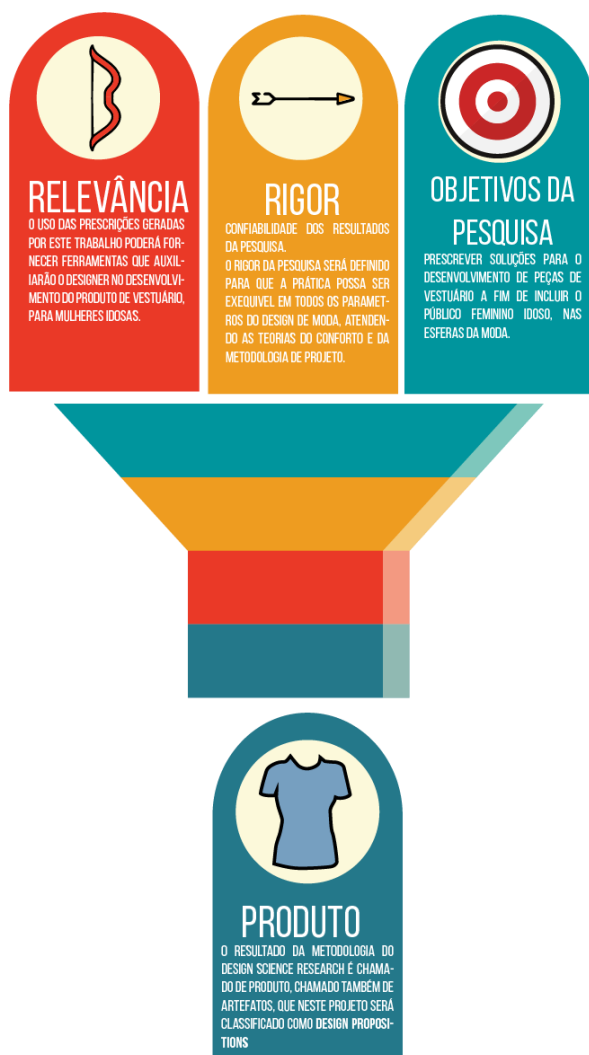
Figura 3: Etapas da Design Science Research e suas saídas



Fonte: Dresh et. al. (2015)

Com as saídas determinadas pode-se configurar a importância de uma pesquisa, pois, apresenta uma estrutura de todos os pontos a serem desenvolvidos, com a definição dos meios para ordenar, sistematizar e indicar a precisão para a pesquisa, pode-se ainda elucidar as propostas para o desenvolvimento do projeto com o apuro das etapas e coesão com os objetivos delineados, bem como a investigação para corroborar ou refutar a hipótese de pesquisa, com a estrutura do paradigma epistemológico da DSR, como se pode observar na figura 4 a configuração sintética dos fundamentos da DSR.

Figura 4: Síntese dos conceitos e fundamentos da DSR.



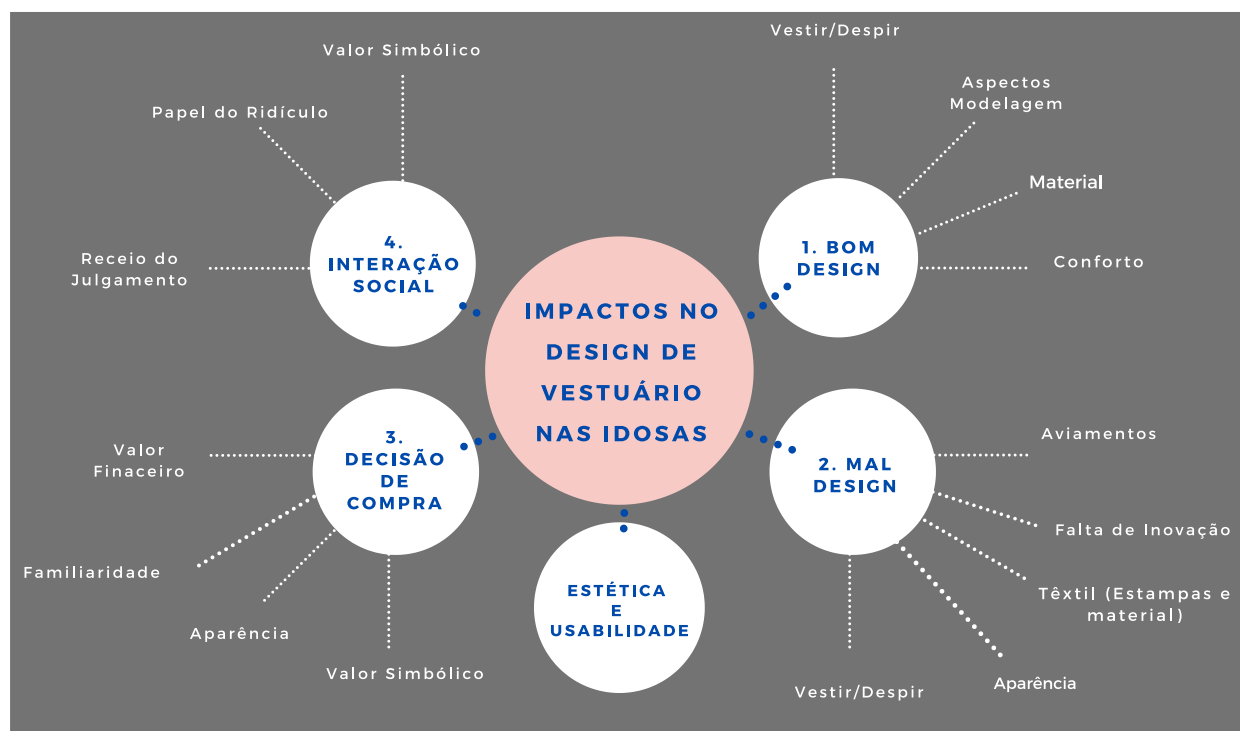
Fonte: Adaptada Dresh et. al. (2015)

Com esta síntese dos critérios de conceitos, como reflexo tem-se a produção dos artefatos para lançar as propostas, pois, com o conhecimento adquirido gera as possíveis classes de problemas para serem solucionados ao longo do desenvolvimento da tese. Dresh, Lacerda e Antunes Junior(2015) afirmam que os problemas podem ser da ordem teórica quanto prática e os artefatos deverão ser úteis para uma ação, sendo uma resposta de conteúdo mais generalizado, pois, as conclusões geram conhecimentos que podem solucionar outras problemáticas.

Em vista de todos pontos abordados, cabe inicialmente elencar as classes de problemas dos produtos e projetos que atendem mulheres idosas, ao todo foram

levantadas quatro classes de problemas e para cada um foi levantados os artefatos que conduziu para solução da problemática central que identificou como a Estética e a Usabilidade, como apresentado na figura 5.

Figura 5: Classe de problemas e artefatos.



Fonte: Almeida (2021)

Para se colocar em prática se faz necessário o esclarecimento dos problemas, para que os artefatos sejam abordados na diretriz projetual deste trabalho.

Os problemas selecionados foram pontos coletados em entrevista com o público feminino abordado, que será mais aprofundado no capítulo 6.3, cabe apresentar essa prévia do resultado das entrevistas, pois, fundamentou o que foi apontado nas pesquisas de revisão da literatura. A começar pelo Bom Design, trata-se do que é esperado pelas mulheres ao adquirir uma peça de vestuário, há ainda pontos a serem melhorados de ordem prática, uma atenção do mercado produtivo com as pesquisas já existentes, porém, podem ser pouco aplicadas; o Mal Design, tem como artefatos elementos visuais e ergonômicos que há uma persistência nos produtos de vestuário para o público feminino idoso; a Decisão de Compra, fatores que levam a mulher a

adquirir um produto; e a Interação Social, como as mulheres seriam visualizadas em socialização e como as referências seriam atendidas. Todas essas classes de problemas se resumem nos critérios estéticos e ergonômicos, pois a relação dos indivíduos com sua peça de roupa transcende apenas a cobertura corporal, todos os fatores apresentados são incluídos de modo explícito ou implícito.

Com a definição das classes de problemas e seus respectivos artefatos, parte-se para etapa de conhecer as pesquisas que abordem os fatores elencados anteriormente e também sobre o público a ser atendido por este trabalho. Nos próximos tópicos serão abordados os aspectos do envelhecimento, o design inclusivo e a moda inclusiva.

4. CONSCIENTIZAÇÃO DO PROBLEMA

4.1 O idoso brasileiro

A realidade brasileira sobre a expectativa de vida mudou de modo considerável, tanto que a todo momento há reportagens informando e alertando de que a faixa etária de idosos em relação a de crianças será maior num futuro próximo, que ao longo dos anos a proporção será de dois idosos para cada uma criança na faixa etária até 4 anos (Duarte, 2019) isso em uma perspectiva mundial, porém, ao trazer esse fato para a realidade brasileira nota-se que não está tão diferente das médias globais.

O gerontólogo Alexandre Kalache em entrevista para a Revista da Cultura (RANIERI, 2019) afirma que por volta do ano 2050 deste século a faixa de idosos será maior que a média nacional atual, deve-se atentar que o aumento desta população será cada vez mais expressiva. Alerta ainda para como se deve preparar o futuro para modelos de políticas públicas, para novos comportamentos sociais, como nos prepararemos para lidar com uma realidade que já é vista em países da Europa Ocidental e em países Orientais. É fato que o Brasil não está preparado e nem

interessado ainda¹ no idoso. Mudar a consciência não é apenas importante como é necessário, e cada vez mais urgente, o fator de análise a longo prazo não é consistente e nada tangível.

O desafio de se deparar com uma população em que boa parcela está na faixa acima dos 60 anos (invertendo a pirâmide da faixa etária populacional), será de como se preparar para que se tenha qualidade de vida e não somente quantidade. Como lidar com a aposentadoria quando houver menos mão de obra jovem para sustentar a previdência? Como serão as relações sociais, como as cidades, o design, regimentos e demais políticas, para que o idoso seja incluso e inato para a sociedade e tudo que a cerca?

Em documento desenvolvido pela Euromonitor² em que mostram tendências de mercado consumidor, os primeiros a serem relatados são os idosos, ou como nomearam os 'Agnósticos quanto à idade'. O termo agnóstico empregado foi retirado do seu sentido sobre crença religiosa, para o contexto de descrença quanto a impossibilidade do indivíduo idoso ser capaz de desempenhar suas atividades laborais ou atividades que não são relacionadas ao fator etário, nessa pesquisa relata-se o fator do aumento da população apresentado para 2019:

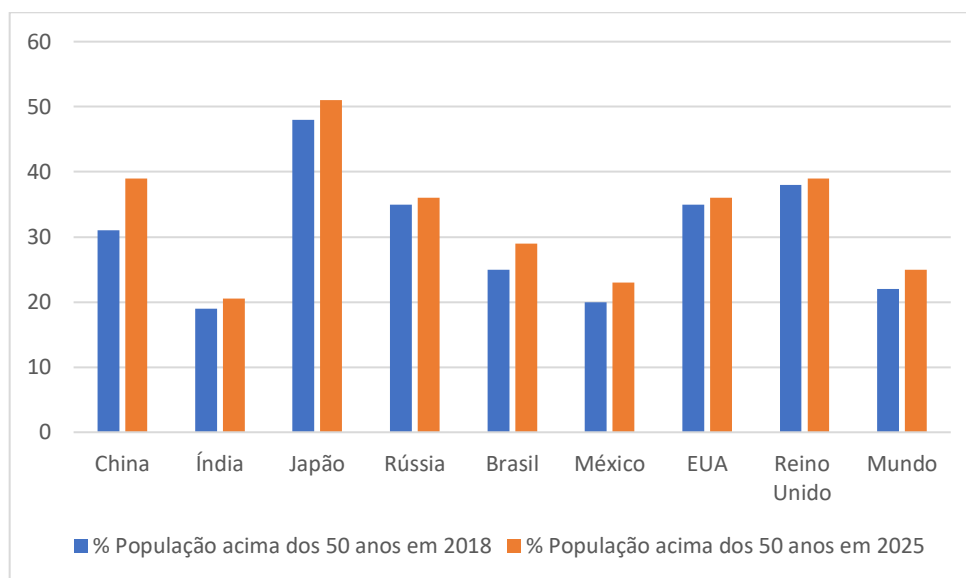
A força propulsora por trás da tendência "Agnósticos quanto a idade" é o fato que as pessoas vivem por muito mais tempo, querem continuar ativas, contribuir com a sociedade e manter uma atitude antienvelhecimento em relação à vida. Quase todos os países do mundo estão mostrando crescimento no número e proporção de pessoas mais velhas em relação à população total como mostrado no gráfico abaixo. No Japão, por exemplo, em 2025, metade da população terá mais de 50 anos e, mesmo em 2018, mais de dois milhões de japoneses já tinham mais de 90 anos de idade. (Angus & Westbrook, 2019, p. 8)

¹ Basta nos atentarmos para como estão sendo lidadas as discussões da reforma previdenciária, o despreparo em não compreender como seremos a longo prazo, apenas demonstra que ainda é necessário um estudo mais aprofundado.

² A Euromonitor International, é uma empresa de pesquisa de mercado, que lançou relatório anual sobre as 10 Principais Tendências Globais de Consumo 2019.

Neste mesmo documento as autoras apresentam um gráfico ilustrando a relação do percentual de idosos em vários países em 2018 e a prospecção para 2050 (Gráfico 1).

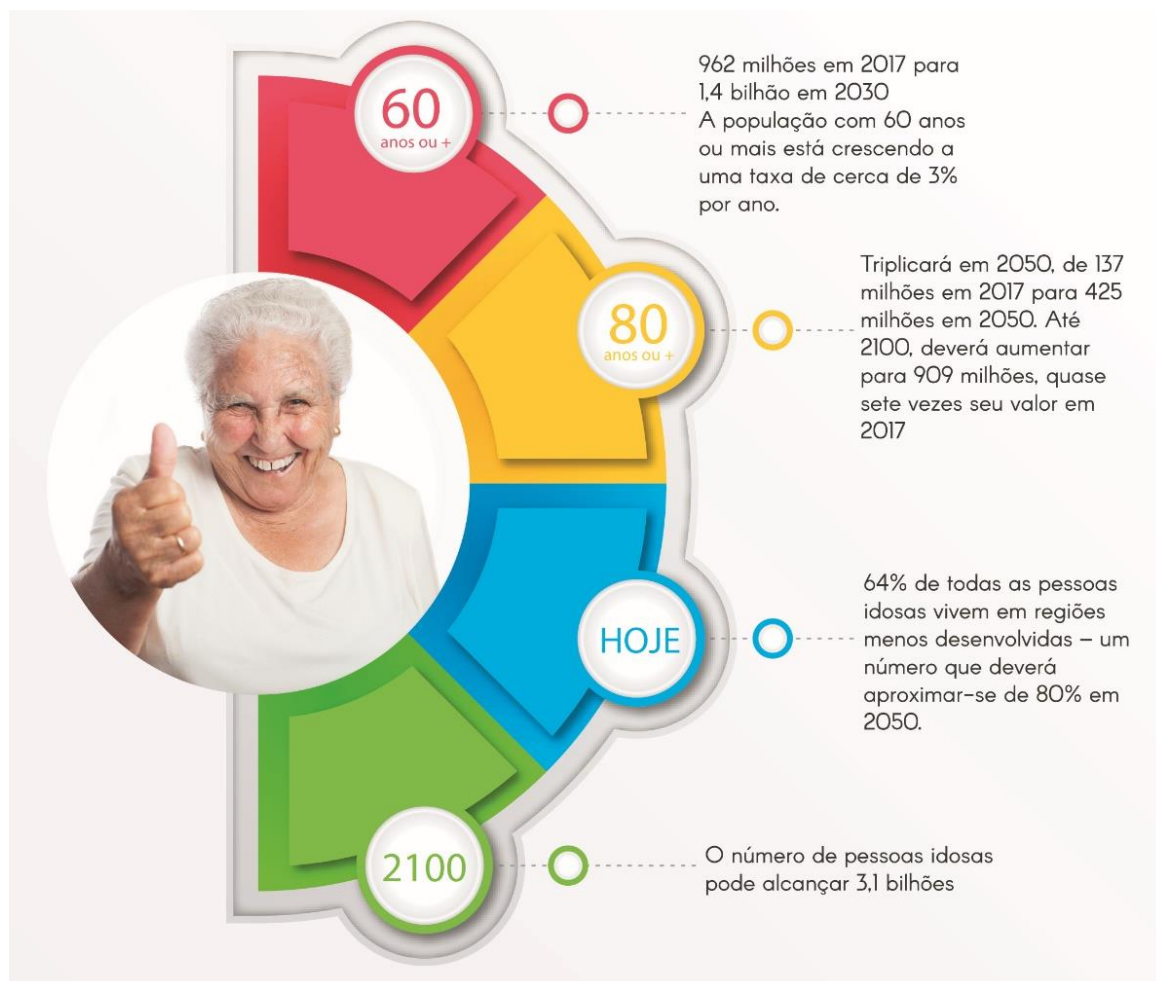
Gráfico 1: População acima dos 50 anos cresce rapidamente 2018/2025



Fonte: Adaptado de Euromonitor International (2019)

Comparando o Brasil em relação a países como Reino Unido, Japão, Estados Unidos verifica-se que não há como se equiparar as realidades, mesmo com dados bem próximos, (pois, para países desenvolvidos a realidade é outra) esses países já há algum tempo enfrentam uma taxa de natalidade e mortalidade baixa (Figura 6). Para países como Brasil, Índia e México, que estão começando a apresentar resultados há pouco tempo, as mudanças tem se tornado cada vez mais significativas, a prospecção futura aciona o alerta para que haja um preparo em todos os âmbitos.

Figura 6: Projeções futuras para o contingente populacional dos idosos



Fonte: ONU³

4.2 O idoso contemporâneo

A sociedade contemporânea passou e, continua passando, por várias mudanças que se não são percebidas de imediato. Mas no desenrolar do tempo e com o crescimento de ações, atitudes e grupos sociais, passa-se a refletir com maior clareza as alterações das dinâmicas sociais, uma das temáticas que ilustra este ponto de vista

³ Infográfico e imagem da mulher extraído do Freepik, dos seguintes autores: Pikisuperstar e Asier_relampagoestudio

são os idosos. Pois, não há uma caracterização única ou específica para determinarmos o idoso atual, como se acostumava fazer no último século, a visão que se tinha era de um indivíduo de um estereótipo físico enfraquecido, com competências intelectuais minimizadas e estigmatizado como incapaz de realizar algumas atividades, sendo, portanto, aposentado e desvinculado de muitas funções e atitudes.

Porém, depara-se com cenários que foram construídos ao longo das últimas décadas, em que há a definição do atual idoso diferente da representada anteriormente, Neri (2009) apresenta algumas consequências que são notadas no presente momento, como no caso da longevidade da vida, que segundo o autor os referenciais sobre envelhecimento já não cabem mais, ou seja, perderam a validade.

Sobre este ponto de vista Simões (1998) afirma que o marco de longevidade apontada aos 60 anos passou para 65 anos, pois o estabelecimento da idade tem correlação com as variações culturais de onde o indivíduo está inserido.

Neri (2009) elucida que com os idosos vivendo mais, teremos mais gerações convivendo. As famílias tenderão a ter indivíduos de várias gerações, levando à convivência de gerações mais novas com as mais velhas que modificam também os locais de trabalho, como no caso da empresa Honda no Japão que em 1978 onde ocorreu a integração de gerações apresentando resultados positivos e significativos (NONAKA E TAKEUCHI, 1997).

Outro ponto discutido por Neri (2009) é sobre a independência dos idosos ainda ativos, que trabalham e têm construído uma imagem menos infantilizada e relacionada às enfermidades. Diante esse cenário, as políticas públicas também deverão ser repensadas, mediante essas mudanças mais complexas que contrapõem a uniformização o que se pode constatar que o envelhecimento é individual. Provavelmente, as gerações vindouras escolherão o modo como envelhecerão, não havendo um fator que determinará rótulos, que seja independente da busca da jovialidade prolongada, mas sim de como cada etapa da vida será formatada.

Assim, deve-se pensar quais são os fatores que determinam o envelhecimento, bem como quais serão as características que expressarão o idoso contemporâneo, fator

que não é simplório, pois, as “várias capacidades do indivíduo também envelhecem em diferentes proporções, razão por que a idade pode ser biológica, psicológica ou sociológica.” (SIMÕES, 1998, p. 25).

Para o Estatuto do idoso (2003), são considerados como idosos a faixa da população com idade acima dos 60 anos. Mas, como determinar ao certo a idade de um indivíduo apenas pelo fator cronológico? Portanto, seria mais viável para cada competência determinar uma idade, sendo um desafio a ser lançado e discutido em todas as áreas do conhecimento e da produção humana.

Pode-se notar atualmente outro ponto de discussão, que é a oposição ao envelhecimento, pois para a sociedade ocidental o envelhecer não é valorizado. Para alguns sexagenários a atitude de se considerar jovial contrasta com o não reconhecimento de alguns sinais e limitações corporais.

Há de se acrescentar um fator que suscita o envelhecimento é a aparência, pois, se levar em conta que o envelhecimento interno não é um fator notório, pois as “mudanças que constituem e influenciam o envelhecimento são complexas. No nível biológico, o envelhecimento é associado ao acúmulo de uma grande variedade de danos moleculares e celulares.” (OMS, 2015, p.27, tradução nossa), os aspectos da pele fazem julgar a saúde e a idade biológica do indivíduo (ROSENFELD, 2002). Essa relação entre velhice e declínio pode ser justificada pelo fato de que o corpo é uma realidade imediata a que os outros têm acesso sem restrições. Ao contrário da interioridade, que só se torna acessível mediante a autorização do próprio sujeito.

Para tanto, o que se constata nestes dois pontos anteriores é a circunstância já levantada por Simone Beauvoir, em que o “indivíduo idoso sente-se velho por meio dos outros, sem ter vivenciado mutações graves, interiormente, não adota o rótulo que é atribuído a ele” (BEAUVOIR, 1990, p. 310).

Um fator que independe de rótulos sociais e questões psicológicas, é o fisiológico que para alguns especialistas esta é uma ótica variável a cronológica podendo haver um diferencial de até 30 anos, sendo, portanto, o conceito da idade do idoso a sua função linear de expectativa de vida (SIMÕES, 1998).

Apesar das posições diferentes sobre a determinação de quando começa e finaliza as nomenclaturas das faixas etárias dos indivíduos, coube para este trabalho elencar uma posição, assim, escolhida a asserção dada pela OMS (Organização Mundial de Saúde) que segue da seguinte forma:

- Meia idade – 45 a 59 anos;
- Idoso – 60 a 74 anos;
- Ancião – 75 a 90 anos;
- Velhice extrema – 90 anos em diante.

Trabalhar com essas denominações, pode ser capaz de ilustrar e ser determinante em algumas análises. Neste trabalho, adotamos o seguinte espectro, considerando e trabalhando com a faixa que compreende os idosos acima de 65 anos ao início da faixa dos anciãos de 75 anos, pois, acredita-se que esta faixa fornecerá as respostas eloquentes e cabíveis a uma possível fase de análise de dados. A abrangência desta faixa também foi escolhida por ser considerada estatisticamente uma das mais numerosas no Brasil no decorrer dos últimos anos, como elucida Simões:

Os cidadãos brasileiros com 60 anos ou mais já somam aproximadamente dez milhões de habitantes. As estatísticas projetam para o ano 2025 uma população de idosos que colocará o Brasil como sexto país do mundo de seres humanos pertencentes a essa faixa etária. (SIMÕES, 1998, p. 17)

Portanto, tendo em vista todas as observações levantadas, podemos constatar que deveria haver uma preparação das políticas públicas, dos setores de serviços, do desenvolvimento de produtos e espaços, porém, o que se nota até o presente momento, não é algo satisfatório, e até, em alguns casos, inexistentes.

Assim, há de se procurar conhecer qual ou quais os novos perfis de idosos que estão surgindo, quem são, quais os novos hábitos ou já recorrentes, quais comportamentos são adotados frente à aspectos contemporâneos; para tanto:

Para que a meia-idade e a velhice sejam vivenciadas satisfatoriamente, entretanto, dependerá da sociedade suprir as necessidades físicas, sociais e psicológicas do indivíduo e, também, da competência individual da pessoa em administrar as demandas externas que estão relacionadas com seu ambiente. A competência individual está relacionada com o estar em grupo e em corresponder às expectativas de um grupo social, consequentemente,

essas relações serão revertidas na construção e manutenção do bem-estar do indivíduo. Manter o bem-estar biopsicossocial na meia-idade e na velhice é, assim, um desafio que se propõe para as pessoas e para a sociedade, devendo ser compreendida tanto a partir de um ponto de vista individual quanto social. (SANTOS et. al., 2014, p. 65-66)

Em uma sociedade em que a valorização da juventude pode ser superada à experiência do idoso, as possibilidades futuras de uma perspectiva em que o idoso seja observado e atendido podem ser custosas no sentido de compreender e assimilar o desenvolvimento humano como uma etapa normal, e não o fim do ciclo de vida.

A realidade contemporânea a respeito do envelhecimento da população brasileira tem conduzido a reflexões do futuro dos idosos, pois, depara-se com uma formatação diferente do estigma que passam a relacionar ao longo das décadas passadas. O novo idoso passou a não ser considerado apenas pelo fator cronológico, já não cabe mais considerar idoso pela sua faixa etária, pois, para Moragas (2010) e Okuma (1998) a idade cronológica não basta para definir a velhice, é um “dado importante, mas não determinante – somam-se outras condições pessoais e ambientais que determinam o estado geral de um indivíduo.” (MORAGAS, 2010, p. 20). O autor segue afirmando que o importante é a qualidade do tempo transcorrido, as experiências e o meio ambiente que envolvem estes acontecimentos. Portanto, “há outros parâmetros a serem considerados, “o envelhecimento também é vivenciado “do interior”, por meio das manifestações corporais” (CARADEC, 2011, p. 25).

Assim, as questões fisiológicas pertinentes ao corpo do idoso também são pouco questionadas, pois, para algumas áreas pode haver dúvidas sobre o quais fatores são normais do envelhecimento quanto ao que é patológico, pois, a velhice não é uma doença contraída, é um processo vital cronológico, diferenciar ambos convém associar a ausência de doença aguda com a qualidade de vida (MORAGAS, 2010), Caradec acrescenta:

O registro do corpo orgânico, para começar, remete à saúde e às capacidades físicas. Nesse registro exprime-se, por um lado, a constatação de aptidões físicas conservadas e da ausência de doenças e, por outro, a debilitação dessas capacidades e mesmo de limitações funcionais e doenças, consideradas sinais do envelhecimento. (CARADEC, 2011, p.25)

O envelhecimento é a fase em que há mudanças físicas, cognitivas e sociais significativas, mas que, contudo, não deixam de ser um processo natural. A normalidade em décadas passadas seria os idosos esperarem pela morte, porém na atualidade com o aumento da perspectiva de vida, a valorização do bem-estar para que a qualidade de vida denota mais atenção, bem como elementos motivacionais, a presença em destaque nas ações sociais e políticas públicas mais inclusivas.

Por estarem mais ativos os novos idosos abarcam novas necessidades, principalmente com a satisfação das alterações corporais, pois, as modificações orgânicas são perceptíveis, como no caso da pele que é visada pelo setor de cosméticos. Pode-se observar linhas de produtos que podem garantir uma melhora dos aspectos da pele, além dos que possuem a intenção de retardar o envelhecimento, mas há outros pontos a serem tratados (figura 7) como no caso do tônus muscular em que há uma perda considerável, curvatura da postura, enfraquecimento dos ossos, desequilíbrio, alteração na marcha, movimentos mais lentos, entre outros (NETTO, 2004).

Figura 7: Mudanças biológicas durante o envelhecimento



Fonte: Adaptado de NETTO (2004)

O idoso por mais que esteja mais ativo, desempenhando mais atividades, há sempre, os fatores biológicos pertinentes a saúde corporal que salientam a necessidade de uma observação a tudo que envolve sua relação com o meio que o cerca, pois, nesta fase da vida o indivíduo está mais suscetível sequelas de doenças e os efeitos de podem ser cumulativos (MORAGAS, 2010), o indivíduo idoso é menos resistente e pode ter sua saúde comprometida por uma série de fatores, há claro, demais condições, como as ambientais que podem influenciar favorecendo a saúde do idoso.

Caradec (2011) afirma que há poucos pesquisadores que abordem o estudo do corpo do idoso, pois segundo o autor há dois questionamentos, o primeiro envolve a desvalorização em especial o corpo feminino. Goldenberg (2012) refere-se aos corpos idosos como invisíveis e inclassificáveis, pois, é como a sociedade trata os idosos, como indivíduos que já não são levados em consideração. Para tanto, as normas estéticas da juventude eterna exercem a pressão para impedir o envelhecimento, assim, por mais que os idosos sexagenários aparentem ter mais vigor o estereótipo de velho cansado passa para as demais faixas que seguem. O segundo questionamento diz respeito ao ponto de vista fenomenológico que é a experiência corporal do envelhecimento, a interpretação dos sinais do envelhecimento. O autor menciona que o envelhecimento corporal é feito por três registros: o corpo orgânico, a aparência e a energia “que exprimem respectivamente preocupações em matéria de saúde, beleza e forma.” (CARADEC, 2011, p. 25).

4.3 O envelhecimento para a mulher

Isadore Rosenfeld em a sua obra “Viva agora, envelheça depois: Maneiras comprovadas de desacelerar o tempo” (2002), é um exemplo de como a obrigação do indivíduo paralisar o tempo, ou como várias publicações em revistas de ampla veiculação, informam todos os parâmetros para que se consiga manter jovem, ou procurar rejuvenescer à medida que os anos passam.

Atingindo de modo muitas vezes negativo, como se o envelhecimento fosse algo desagradável e nocivo, pode-se observar como esse movimento mexe com as mulheres, poderá ser notado o quanto a carga é mais pesada para estas, como discute Debert:

Essa indústria⁴ e o seu uso impõem uma tripla jornada de trabalho à mulher, que obsessivamente investe em padrões de beleza para manter a juventude e a formosura que supostamente poderão preservar tanto o trabalho como o lar. O culto à beleza manipula imagens que minam a resistência psicológica e material das mulheres. (DEBERT, 2011, p. 69)

A forma como a sociedade enxerga a mulher idosa pode ter caráter dúbio e inconstante, pois, a dimensão de compreensão da representatividade se tornou ampla, em que o indivíduo apresenta mais de uma visão de identidade, a imagem de senhoras aposentadas tricotando já não é uma constante, assim, as necessidades e valores são outros, ou pelo menos passou-se a observar que os desejos existiam, somente denota-se sua presença e há uma preocupação.

Nos mais variados campos o envelhecer é tratado de modo negativo, pois, anexa-se os indivíduos o não existir mais, o frívolo; que segundo Motta (2002) a velhice está ligada a uma dimensão terminal e improdutiva, pois, se não contribuem para a sociedade com trabalho ou bens materiais, não pertencem à ela, parafraseando Birman “lugar impossível que a modernidade ocidental construiu para a velhice, (...) [onde] a individualidade deixa de existir” (apud MOTTA, p. 38, 2002)

A determinação temporal de uma pessoa é percebida com maior notoriedade por seu físico e aparência facial, que segundo Fleeming (apud ABOIM, 2014) é um dos embates para as mulheres, pois, algumas não reconhecem suas projeções frente a um espelho, tornando um confronto, enquanto para os homens o maior confronto é com a falta de vigor. Quando não percebidos pelo indivíduo o outro (sociedade) denota atenção e questiona as possibilidades da idosa possuir tal idade ou ser capaz de realizar alguma atividade.

⁴ Indústria da beleza

Esses pontos: o visual e o pertencer, delimitam o modo como a sociedade vem representando o perfil da idosa, o indivíduo é um valor social, assim, a percepção de ser único fornece alguns fatores como “a construção da ideia de trajetória de vida, de ciclo de vida, de projeto de vida e de percepção de uma memória individual” (BARROS, p. 48, 2004). Com este conceito em mente, duas vertentes podem ser elucidadas, como aponta Lopes et. al. (2012) em que se nota que há uma privatização da velhice, em que a construção da aparência é determinada por aquelas idosas que procuram um modo de vida mais jovial, aquela que não escolhe este meio é culpabilizada por sua escolha e suas consequências.

Barros (2004) afirma que a jovialidade sob esse prisma deixa de ser a representação de uma faixa etária e passa a ser um estilo de vida. Refletindo melhor a respeito dessa abordagem cabe apresentar um conceito de *mindstyle* (MORACE, 2013) que apresenta sob o ponto de vista sociológico a ideia de estilo de pensamento, que é muito mais do que estilo de vida. Isso seria uma forma de demonstrar “a imaterialidade e a fluidez do pensamento e da cultura no que diz respeito a uma vida material organizada de acordo com categorias estéticas e estilísticas” (MORACE, p. 105, 2013).

O envelhecimento é mais enfático e rígido com as mulheres, e quando se fala de envelhecimento ativo pois, é fato que a mulher vive mais, porém pode não ser correto afirmar que ela vive de maneira melhor. O médico gerontólogo Alexandre Kalache em participação no programa Roda Vida do canal de televisão TV Cultura (no dia 14 de janeiro de 2019), aponta alguns fatores que confirmam o fato do envelhecimento para o gênero feminino não possuir qualidade de vida, isso se deve há uma série de patologias que as afetam como: osteoporose, doenças crônicas e perda de força muscular mais acentuada.

Kalache argumenta ainda que quando se trata de mulheres afrodescendentes temos uma outra implicação de ordem social que é o racismo que somado ao edadismo (preconceito com a pessoa idosa) o que pode afetar na desigualdade na qualidade de vida de tal idosa. A respeito da desigualdade cabe ressaltar que há uma

diferença entre as expectativas dos indivíduos pobres e os ricos, porém, o médico afirma ainda que ter uma expectativa maior não é significado de uma melhor qualidade de vida, em decorrência das sintomáticas da contemporaneidade como: o medo exacerbado que faz com que as pessoas se fechem em seus mundos individuais, o uso de psicotrópicos, patologias psicológicas, entre outros fatores pertinentes a sociabilidade e intelectualidade.

Um fator destacado por Kalache é que perspectiva de vida está relacionado com percurso de vida, portanto, fatores como abuso, maus tratos e discriminação, contribuem fortemente para com a autoestima e a saúde dos idosos.

Pode-se inferir que fatores externos influenciam no senso de envelhecimento para a mulher que há fatores biológicos que conduz o entendimento de ser idosa. E que também há de se considerar todos os aspectos característicos da nova idosa, como suas expectativas de qualidade de vida, suas aspirações e desejos que vão além do sentido de envelhecer.

4.4 Design inclusivo

O termo inclusão pode ter seu emprego em várias áreas, o uso do termo por vezes pode ser correlacionado com indivíduos deficientes, porém, há de se compreender que todo e qualquer indivíduo deve ser integrado, dotado ou não de uma deficiência, toda e qualquer pessoa que não está incorporada no sistema, que não tem a oportunidade de acessar a bens e serviços, pode ser considerado excluído.

Uma sociedade inclusiva é aquela que abarca a diversidade das características e necessidades humanas e garante a todos os seus direitos básicos em todos âmbitos da vida, saúde, educação, moradia, trabalho, informação, cultura, acesso, lazer, etc., sendo, portanto, voltada para todos. (MOHR et.al., 2012, p. 29)

Paulon et. al. (2005) reconhece que os importantes avanços em favor de uma sociedade democrática, indicam que alternativas menos excludentes e que evoluam o

convívio da diversidade são de emergência, pois, acredita-se que lidar com a heterogeneidade demonstra o estágio evolutivo e como se lida com as intolerâncias.

A autora ainda segue afirmando que a inclusão social é um quesito essencial para ser lido com toda a sociedade.

A questão se torna complexa quando nos deparamos com a realidade de uma mesma sociedade, que demanda soluções de sustentação e viabilidade para sua própria pluralidade, não é uma sociedade inclusiva. (PAULON et. al., 2005, p. 7)

O design é uma das áreas que tem procurado investigar as restrições que se vem praticando no desenvolvimento de produtos, pois, os fatores da linguagem do design que ligam ao uso do objeto se concentram no diálogo humano X objeto, e na necessidade que o objeto deve satisfazer ao indivíduo em concordância com as bases conceituais (GOMES FILHO, 2006).

A possibilidade de se desenvolver e produzir objetos que atendam aos usuários sem excluí-los, pode-se entender então como inclusão o '[...] processo de mudança do sistema social comum para acolher toda a diversidade humana.' (ASHTON et. al., 2013, p. 519) envolvendo adaptação, atitude humana e novos parâmetros

Portanto, a definição do termo design inclusivo pode ser dada como desenvolvimento de produtos que '[...] permitam a utilização por pessoas de todas as capacidades. Tem como principal objetivo contribuir, pela construção do meio, para a não discriminação e inclusão social de todas as pessoas.' (SIMÕES e BISPO, 2006, p. 8)

Dentro de um contexto histórico, chama-se a atenção para as pesquisas desenvolvidas no Reino Unido (CLARKSON e COLEMAN, 2013), que trataram o envelhecimento como fator a ser inclusivo pelo design, verifica-se que desde a década de 80 havia uma preocupação em como o design seria importante no fator de qualidade na vida do idoso, os autores delineiam uma linha histórica do design inclusivo (Tabela 2), cabe, portanto, apresentar essa linha para apresentar a importância da construção do conceito.

Tabela 2: Design e Idosos – Linha do tempo

1986	Exibição “New Design for Old” projeto do Royal College of Art. Objetivo da exposição era oferecer uma visão de um futuro favorável à idade, desafiando suposições convencionais sobre as necessidades e estilo de vida dos idosos que se concentram em dependência e dispositivos	1989	“Um novo mapa da vida” Peter Laslett, publicação que expressava o curso da vida no século XXI. Foi o primeiro a identificar a mudança secular no envelhecimento.
Década 1990	Síntese de iniciativas, experiências e ideias vinculou design à necessidade social, desafiando suposições equivocadas sobre envelhecimento, deficiência e igualdade social.	1992	Conferência organizada pela Sociedade de Ergonomia e Design Age, desafiou a visão sobre o idoso, que era visto como um meio especial, separado dos demais grupos, problematizando o envelhecimento como o fim da vida e seus custos.
1993	Ano Europeu dos Idosos e Solidariedade entre gerações. Refletiu-se que o envelhecimento é de questões internacionais.	1994	Primeira vez que o termo Design Inclusivo foi aplicado por Coleman. Na Holanda reuniram educadores de design de toda Europa para o lançamento da plataforma Rede Design e Envelhecimento.
1997	Publicação do conceito de Design Universal “ <i>Principles of Universal Design</i> ” (Mace et. al., 1997)		

Fonte: Almeida (2019)

Com este levantamento histórico pode-se realçar as publicações de Boun e Coleman (1993), Clarkson, Coleman, Hosking e Waller (2007), Coleman, Clarkson, Dong e Cassim (1997), Coleman (2002), Coleman e Pulling (1993) e Laslett (1997 e 1989), que salientam que a população envelhecendo e vivendo mais devemos nos

preparar para quando se entra e prossegue nesta etapa da vida, o papel do design é ser mais reflexivo e prático, focando diretamente no que o usuário idoso almeja, deseja e aspira.

A proposta defendida pelos autores é de se desenvolver projetos que atendam à juventude e ao idoso, a premissa é de que se pense no abismo que há do design tradicional para o inclusivo, pois um projeto não se deve somente fixar no campo do científico, o design foi feito para as pessoas, portanto, quem coloca em prática deve ser o maior endereçado, que são as indústrias.

[...] novas abordagens do tipo mencionado aqui são necessárias para colmatar o atual abismo entre o design tradicional e o design para idosos, especialmente no que diz respeito à escala da mudança demográfica. O conceito de Design Inclusivo, aliado às técnicas de contar histórias e de construção de cenários, pode transformar o que é frequentemente considerado como um ramo do design para a deficiência em um emocionante portal para a inovação de produtos e um futuro mais amigável para todos. À medida que as atitudes em relação ao envelhecimento e à deficiência mudam, um papel importante está emergindo para a ergonomia no design e avaliação de produtos e ambientes cotidianos, para garantir que eles permitam a maior variedade possível de habilidades em seus perfis de usuário (COLEMAN 1994, P. 252)

O abismo mencionado no parágrafo anterior reflete de modo incisivo na indústria, pois, é onde se expõe a experiência do usuário com um produto, ou seja, quem vai utilizá-lo.

Para tanto, apresentar argumentos que conscientize os meios produtivos, pode ser o incentivo para o design inclusivo seja implantado e atrativo, Clarkson e Coleman (2013) mencionam três argumentos que alertariam as indústrias:

- Argumento econômico:
 - Taxa de suporte potencial (PSR) em declínio rápido e os custos de assistência em proporção ao PIB aumenta.
 - Oferta ao consumidor em relação ao estilo de vida, necessidade e aspirações das pessoas.
- Argumentos sociais:
 - Conveniência e coesão social e inclusão.
 - Acessibilidade.

- Argumento comercial:
 - Desafio de demonstrar que não se trata de minorias de pouco significado econômico
 - Vantagem de mercado

Quando se relaciona ao público questão desta pesquisa os autores afirmam que são indivíduos com poucos incentivos para utilizar, que o design pode estender a independência de vida e melhorar a integração social e econômica entre a população idosa, e que são mais bem atendidas quando integradas socialmente, o design inclusivo pode aumentar a atratividade dos lugares, das atividades, produtos e serviços (LASLETT, 1992).

O foco deveria ser colocado no design, não apenas no futuro das gerações, mas para todos os nossos futuros: os designers não apenas precisavam criar coisas que funcionariam tanto para a juventude quanto para a velhice, mas também eles carregariam o desafio de criar ativamente um futuro no qual coisas poderiam ser feitas e desfrutadas de maneiras não previstas anteriormente para pessoas idosas.

Laslett (1989) traçou um novo mapa de vida, apresentando as mudanças que ocorreriam com o envelhecimento populacional o autor menciona a preocupação com os indivíduos que entrariam na fase idosa e o preparar para a longevidade. Isso exigiu que uma nova abordagem ao design, que colocou as necessidades e aspirações dos idosos no cerne do design reflexivo, prático e a incorporação de uma consciência equivalente que se é cobrada na indústria na comunidade empresarial.

Assim, ao implementar com políticas inclusivas nos objetos, estas devem ser contínuas e eficientes, pois, o produto em suas várias funções são dotados de informações das mais variadas possíveis, com objetivo de incluir significados, para dar sugestão de atitudes, solucionar as questões mais complexas e despertar comportamentos (CARDOSO, 2013), acabam por criar uma multiplicidade de valores, que podem incluir os indivíduos e proporcionar a satisfação das necessidades. Pois, quando compreendido as escolhas formais se pode dimensionar os obstáculos.

Observar as singularidades dos indivíduos e projetar um objeto que atenda às diversidades pode levantar o questionamento de industriais, afirmando que o mercado é restrito e pequeno, porém, o que se levanta é a procura por produtos mais universalizados, que tenham suas peculiaridades necessárias, mas sem restrições; como podemos observar no mercado atual.

O campo da inclusão, entretanto, fundamenta-se na concepção de diferenças, algo da ordem da singularidade dos sujeitos que acessam esta mesma política. Como não torná-la, a cada passo, um novo instrumento de classificação, seleção, reduzindo os sujeitos a marcas mais ou menos identitárias de uma síndrome, deficiência ou doença mental? (PAULON et. al., 2005, p. 23)

Crê-se que o maior desafio no design de produto (principalmente nos produtos de vestuário) é não estigmatizar um público, pois, assim se continua a tratar como uma segmentação, quando se deve incluir todos os indivíduos no desenvolvimento do produto.

4.5 A moda caracterizando a antiga e nova idosa

A moda tem lidado com várias transformações como: sustentabilidade, gênero e ética. Outra transformação que a envolve é de aspecto social, que são as mulheres idosas; como eram e como estão agora denotas como são significativas as alterações que vêm apresentando, de forma a não generalizar, mas a imagem da senhora do século XX utilizando roupas simples e modestas, contesta com imagem da senhora que procura apresentar um retrato hipermoderno, porém essas duas visões coexistem na atualidade suscitam a possibilidade de uma fuga do artificial e dos frívolos aspectos da moda.

Pode-se observar como são projetados esse novo perfil em como são retratados pelos filmes e algumas outras séries de tevê, e vê-se ainda a dualidade, pois, há a visão da mulher idosa frágil, algumas vezes adoentada e suscetível as interferências modernas, a qual não consegue acompanhar (Figura 8).

Figura 8: Filme- Minhas tardes com Margheritte



Fonte: Observatório de cinema

E há a apresentação da idosa, que não se inclui no estereótipo descrito anteriormente, que apesar de não acompanhar com agilidade as mudanças sociais, as ocasiões do cotidiano as fazem mudar, na figura 9 as protagonistas do seriado Grace e Frankie, ilustram como a nova idosa, procura renovar seus valores diante de mudanças em suas vidas normalizadas, cabe elucidar um ponto referente a atriz Jane Fonda, uma das protagonistas, que demonstra em entrevista para repórter Mariane Morisawa da revista Harper's Bazaar (2016) o quão surpresa está em manter um emprego estável de atriz com idade de 78 anos.

Figura 9: Série – Grace e Frankie



Fonte: Veja (2017)

Assim, quando o envelhecimento angaria tom mais otimistas Lopes et. al. (2012), afirma que: “O embate entre saúde e doença, decadência e sucesso, muitas vezes impede que a diversidade explore e alcance novos espaços, papéis e imagens múltiplas de envelhecer na sociedade” (LOPES et. al., p. 51-52).

A moda é uma área que cria significados, elucida simulacros e denota possibilidades, promove a distância dos possíveis estereótipos negativos, novos valores são alçados, principalmente em decorrência dos valores juvenis, que suplantam a superioridade social (LIPOVETSKY; SERROY, 2015)

Os autores ainda apresentam um ponto de vista a respeito do hiperindividualismo (evidente no perfil moderno das idosas) e a moda, que não há originalidade nisso, trata-se mais de um conformismo; passamos a nos vestir todos com a mesma configuração, o ideal jovem se tornou dominante em substituição ao símbolo histórico de riqueza, como um fator diferenciador.

Sob o ponto de vista de algumas pessoas e de pensadores como Anne Hollander (apud LIPOVETSKY; SERROY, 2015), que ao observar os adultos vestidos com indumentária igual ao dos mais jovens, podem classificá-los como imaturos.

Porém, ao mesmo tempo que a moda juvenil em adultos possa parecer uma infantilização de outra forma ela demonstra que brinca com a estética sem decretar importância, criando uma relação com a moda de consciência de que há menos valor na individualização em sociedade (LIPOVETSKY; SERROY, 2015)

Há uma tendência da nova idosa articular outros valores e saberes à forma como se trabalha, comunica e distribuí (MORACE, 2012), e na moda não será diferente, visto que o imperialismo da moda juvenil sobre o idoso é agora questionado, pois, o novo idoso é regido pelo tangível, o real, não se satisfazendo pelas imagens, possuem a compreensão sobre as emoções não deixando agir por impulso, possuem o gosto puro, que não possui interferências superficiais.

Lopes et. al. (2012), afirma que a moda até o momento vem lutando contra o envelhecimento, porém, com o número de idosos aumentando, cada vez mais será cobrado uma caracterização deste público em seus objetos, pois estarão presentes e liderando na vida social.

[...] a maneira pela qual os idosos modificam o próprio papel em relação às outras gerações e a maneira como redefinem a própria identidade pessoal e social, fazendo surgir novos valores e novos comportamentos. (MORACE, p. 22, 2012)

Assim, o papel da moda para com as idosas, vai além de um simples público-alvo, de acordo com Lopes et. al. (2012), será ele quem dinamizará o mercado e potencializando as tendências, o novo idoso, traz uma nova postura do envelhecer.

4.6 O design de vestuário inclusivo e o idoso

No campo do design já existem estudos que apresentam preocupações com idosos em projetos de ambientes, embalagens e no design gráfico, porém, no design de moda pode não ser tão notório os parâmetros que atendam a esta faixa da população de forma plena e eficiente.

O design de moda é reconhecido por possuir discursos publicitários com padrões estéticos joviais, ao que Machado (2005) acrescenta que, a condição de velhice não se enquadra ao estereótipo vigente nas mídias.

Assim o envelhecimento é um aspecto inevitável de todo o indivíduo, portanto cabe desenvolver produtos que atendam a este público, que tem direito a um design de moda que corresponda às suas necessidades corporais (físicas e fisiológicas) e sociológicas, e que não os inclua num nicho que fica à margem do universo mediático e produtivo, principalmente quando se tem vindo a observar que os seus comportamentos e exigências mudaram.

É certo que não há uma receita formal para equacionar todos os desafios da atualidade (CARDOSO, 2012) no que diz respeito a requisitos de projeto de produto, principalmente para este grupo de usuários, cuja saúde e condição social podem ser tão diversas em consequência dos diversos estilos de vida possíveis. Dessa forma, notar as suas necessidades e limitações é um desafio, porém é chegado o momento de atender à opinião que tais usuários fazem dos produtos que lhe são direcionados.

Krippendorff (2000) defende a corrente do design, centrado no ser humano utilizador. Esse autor afirma que se passou de uma fase em que o sistema projetual era voltado ao objeto (levantam-se as discussões sobre forma e funcionalidade), e que esta vertente teve apoio na era industrial. Posteriormente passamos por uma fase de mudanças onde tomamos consciência do significado de alguma coisa quando esta muda em concordância com nosso modo de viver, portanto o autor afirma que “(...) não reagimos às qualidades físicas das coisas, mas ao que elas significam para nós” (KRIPPENDORFF, 2000, p. 89).

Assim, indagamos a respeito do design que se propõem à inclusão dos idosos, será que este está sendo inclusivo ou exclusivo? Se for necessário mudar/recriar os artefatos para o nosso modo de vida, acredita-se que o design em todas as suas vertentes tem apresentado soluções práticas e viáveis, como se verifica em casos de alguns utensílios de cozinha em que possuem pegas e formatos mais ergonômicos para exercer menos força na manipulação. A forma como o design cria nestes casos,

procurando incluir mais um grupo de indivíduos (Figura 10), acaba por contribuir para universalização dos produtos.

Figura 10: Tesoura OXO Good Grips e do descascador de legumes



Fonte: Inclusive Design Toolkit

Entretanto, quando tratamos de produtos de vestuário, o discurso pode ser outro. O conceito de inclusão na moda pode tomar a noção de produtos exclusivos, mas no caso dos idosos não se trata apenas de abarcar a ideia de atender às necessidades físicas, os objetos devem estimular os indivíduos em termos emocionais e de estilo. O Design neste caso deve procurar implementar o projeto de forma a torná-lo apelativo e eficaz para todos os usuários.

Em reportagem à Folha de São Paulo (2016), muitos idosos afirmaram que possuem dificuldade em encontrar produtos que atendam às suas necessidades. As opções existentes são as roupas joviais, ou seja, um vestuário que vislumbra apenas as condições físicas dos indivíduos mais jovens ou para os 'velhinhos', que seriam peças que caracterizam o idoso como uma pessoa antiquada e que utilizam apenas roupas simples, porém, o idoso atual passou a ser mais exigente, não aceitando objetos que não se enquadrem no seu universo, ou estilo de vida.

A ausência de produtos mais inclusivos no setor do vestuário, faz repensar o comportamento projetual e mercadológico, pois, não se deve permanecer inerte às mudanças sociais e aos novos paradigmas, deve-se (re)projetar a sua linguagem e o seu discurso, ser continuamente crítico, não aceitando a palavra impossível ou

evitando as suposições duvidosas (KRIPPENDORFF, 2000), pois, só dessa forma o design inclusivo responde de uma “forma mais direta às necessidades sentidas e expressas pelas populações, aproximando da comunidade a capacidade de decisão e reforçando o seu sentido de responsabilidade” (SIMÕES e BISPO, 2006, p. 46).

Ainda segundo KRIPPENDORFF, só por meio da inclusão se pode originar sociedades mais equilibradas que podem fornecer melhor qualidade de vida não somente a deficientes e idosos, mas a um todo, pois ao colocar “comunidades, invés de usuários individuais no centro das preocupações do design abre caminho para algo totalmente diferente” (KRIPPENDORFF, 2000, p. 92).

Em breve busca por site de busca por marcas que desenvolvam peças de vestuário, que abranja o público idoso depara-se com nomeação das marcas Sharisma e Moda Mastigada, porém, não há dados de que ainda estejam atuantes no mercado. Portanto a perspectiva de empresas no setor de vestuário com viés por aqui estudado é inexpressiva embora os idosos representem segundo o Sebrae (2016) um poder econômico, pois injetam em torno de R\$28,5 bilhões por mês na economia brasileira.

Em relatório desenvolvido pelo Sebrae (2016), há vários detectores de que o mercado que atende ao público idoso é um nicho a ser explorado, além de apresentar as constatações já feitas nos capítulos anteriores deste trabalho, o relatório enfatiza o quanto as empresas de vestuário não preenchem a lacuna mercadológica, quando deixam de atentar todo potencial existente. Apontam que 73% dos idosos classificam regular o atendimento do varejo para com eles, efeito da ausência de marketing. Porém ressalta-se que o marketing é resultante de um atendimento para com o público por parte do design também.

O design de moda tem que ser mais observante ao potencial do público idoso, pois as roupas expõem “estilo e personalidade, devem ser funcionais, confortáveis e seguras, já que o idoso tem mais dificuldades de realizar tarefas rotineiras, como levantar-se da cama e tomar banho” (SEBRAE, 2016, p. 2), assim, o vestuário é um produto de contexto social, como afirmam Gomes e Lüdorf (2009) que não se trata apenas de qualidade de vida, mas também da sua representação na sociedade.

O relatório também aponta que a modelagem das peças é fundamental dar a devida atenção ao corpo e a ergonomia, pois, são destes conhecimentos que há alterações nos fatores biológicos e fisiológicos.

A falta de roupas específicas para idosos e as inadequações na modelagem e no tamanho são os maiores problemas. Além de propriedades de design e estética, o vestuário precisa conciliar aspectos ergonômicos para atender requisitos como conforto, usabilidade e funcionalidade (BARROS, apud SEBRAE, 2016, p.3)

Quanto aos fatores ergonômicos uma das bases de literatura desta pesquisa Neves e Paschoarelli (2018) afirmam o quanto pesquisas que envolvam qualidade ergonômica são escassas, novamente pela possível falta de assistência mercadológica e de representatividade.

Contudo, os autores prosseguem afirmando que conceber produtos de vestuário ao idoso envolve alterações físicas, funcionais e emocionais que incidem diretamente na percepção, que interfere na avaliação do produto (NEVES e PASCHOARELLI, 2018)

Em suma, a inclusão do idosos em termos de vestuário não se trata apenas de medida antropométricas para o desenvolvimento de produto, é necessário o design pensar na diversidade física da faixa etária e dos estilos de vida praticados por este público-alvo. Por outro lado, a situação de despreparo em que as empresas se encontram, não conseguindo visualizar o cenário atual deste público, deixa os idosos à margem, oferecendo-lhes apenas adequações do que já existe, num *redesign* que não é suficiente, e que carece de uma tomada de inovação consciente.

O desafio acrescido do design é acompanhar o envelhecimento deste público idoso, outrora jovem, adulto e maduro, suprir as suas necessidades e a primeira etapa a considerada é a conscientização da existência deste público cuja evolução necessita de ser monitorizada pelos mercados.

Dimensionar o corpo da mulher idosa, torna-se uma contribuição para o processo projetual, com as devidas considerações que devem ser atentadas, como se discutirá no próximo tópico.

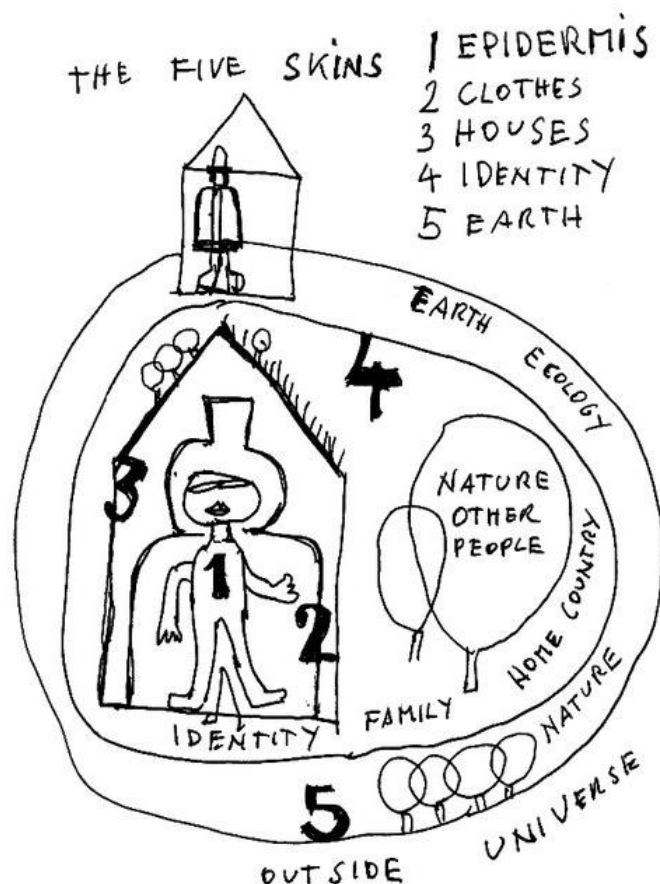
4.7 Considerações sobre o corpo da mulher idosa

Quando se discorre sobre o corpo do indivíduo há vários aspectos que devem ser observados, pois de acordo com Villaça e Góes (2014) há uma complexidade entre a oscilação da busca pela perfeição e compreensão de uma estética que foge dos padrões, que pode resultar na objetificação do indivíduo, que o deixa dividido pelas intervenções culturais.

Assim, os autores seguem afirmando que a “tendência da sociedade de consumo é atribuir ao indivíduo a responsabilidade pela plasticidade do seu corpo” (VILLAÇA e GÓES, 2014, p.22).

Para Goldenberg (2012) o corpo é o que sofre os modismos, a roupa é o acessório que dá valorização e exposição, porém para confrontar esta afirmação cabe destacar o estudo de Hundertwasser (1990) que não se deve alterar a natureza, mas seu entorno. Transpondo parte do texto do autor, que se refere ao arquiteto como um técnico que deve responder por aspectos sobre materiais, estabilidade, processos, entre outros, o profissional está subordinado ao ocupante, que devem ser autônomos para criar suas ‘peles externas’, transpondo essa afirmação para o design de moda demonstra a responsabilidade e o compromisso com o indivíduo que habitará o vestuário, acerca desse ponto cabe validar sob o aspecto da teoria das cinco peles descrita pelo austríaco, pela abordagem do Eu ecológico, salienta-se a máxima de refletir sob os aspectos críticos do indivíduo e sua interação com seu entorno, ou seja, as ‘peles’ (figura 11), que correspondem a epiderme (primeira pele), roupa (segunda pele), casa e arquitetura (terceira pele), ambiente social (quarta pele) e o planeta (quinta pele).

Figura 11: As cinco peles de Hundertwasser



Fonte: Barak (2017)

Portanto, cabe refletir a importância do vestuário quando inserido dentro desse sistema, porque há interpelações e influências sobre todas as 'peles'. E quando se volta todas essas conjunturas para o objeto de estudo desta pesquisa, há de se considerar como o corpo se apresenta e modifica a cada passar cronológico, para que a roupa possa habitar de modo satisfatório, consciente e seguro, não sendo, portanto, um mero acessório.

Concorda-se com o sentido que Goldenberg (2012), dá quando afirma a idosa como inclassificável e invisível, pois, a modo como já fora abordado em capítulos anteriores, trata de notar as mulheres mais jovens com corpos mais vislumbrados pela beleza. Mas um ponto positivo que autora ressalta é que esta mulher pode se redescobrir e pode rever as possíveis normas sociais.

Por tudo o que foi discutido até este ponto cabe perpassar pelos aspectos de conhecer o corpo da mulher idosa, para que se possa elencar os agentes delineadores que influenciam no vestir e habitar.

Para que se pudesse aprofundar os conhecimentos sobre as sintomáticas das mudanças físicas e fisiológicas que acometem ao corpo, na revisão sistemática foram levantados trabalhos que são apresentados no ponto 5. Para já se apresenta em seguida os conceitos de conforto associados ao vestuário a este público-alvo.

4.8 O conforto para o público idoso

O Conforto apesar de ser facilmente sentido é um parâmetro subjetivo, conceituá-lo pode ser mais complexo, porém este debate já levantado por autores como LUEDER (1983), BROEGA (2008), NOYES (2011) entre outros. No embasamento de VAN DER LINDEN, GUIMARÃES e TABASNIK (2005) encontramos fundamentos para chegar a uma definição concisa:

[...] conforto é um estado mental que ocorre na ausência de sentimentos de desconforto. Esse modelo foi aceito por outros pesquisadores, assumindo-se a existência de um contínuo variando desde o mais extremo conforto, com vários níveis de conforto, passando por um estado de indiferença (ponto neutro) até o mais extremo desconforto, com vários níveis de desconforto. (VAN DER LINDEN, GUIMARÃES e TABASNIK, 2005, p. 2)

O conforto está correlacionado com um processo de percepção psicológico do que é comunicado pelos sentidos ao cérebro, que de acordo com Broega e Cabeço-Silva (2010) é mais facilmente identificado quando se descreve negativamente a sensação de desconforto, ou seja, nota-se com mais facilidade a ausência de conforto. Para caracterizar os aspectos do conforto há autores como Van Der Linden, Guimarães e Tabaski (2005) que consideram 3 dimensões: a fisiológica, a psicológica e a física, porém, na área da ciência do conforto aplicado ao vestuário a pesquisadoras Broega (2008), evidencia 4 aspectos do conforto (Tabela 3) que contribuem para uma avaliação mais abrangente do conforto.

Tabela 3: Dimensões do conforto

Conforto	Descrição
Termo fisiológico	Traduz um estado térmico e de humidade à superfície da pele, que envolve a transferência de calor e de vapor de água.
Sensorial de "toque"	Conjunto de várias sensações neurais, quando uma superfície entra em contato direto com a pele.
Ergonômico	Capacidade que um produto tem de permitir a liberdade dos movimentos do corpo.
Psico-Estético	Percepção subjetiva da avaliação estética, com base na visão, toque, audição e olfato, que contribuem para o bem-estar total do portador.

Fonte: BROEGA (2008)

Com base nestas quatro dimensões é passível fazer uma análise dos artefatos (neste caso produto têxtil), a fim de verificar o quanto pode ser confortável para um indivíduo. A "ideia de harmonia indica a necessidade de que todas as dimensões estejam adequadamente atendidas" (VAN DER LINDEN, GUIMARÃES e TABASNIK, 2005, p. 2), pois, atuam como uma combinação dos vários fatores que fazem com que um objeto se torne aceitável ou confortável nas suas várias vertentes.

O vestuário é um produto que está constantemente em contato direto com a pele do indivíduo que o veste, é a sua segunda pele como argumenta Martins (2008), onde a epiderme habita criando uma relação muito próxima. Assim, o vestuário deve proporcionar satisfação e bem-estar ao usuário, a autora afirma que um projeto de vestuário deve atender as "necessidades, capacidades e limitações em relação à mobilidade, à faixa etária e atividade realizada" (MARTINS, 2006, p.12) pelo seu portador.

O vestuário é uma salvaguarda do corpo, devendo oferecer condições favoráveis para o desempenho físico, que nas suas camadas têxteis deve garantir condições para a sobrevivência do organismo (BROEGA e CABEÇO-SILVA, 2010), as autoras acrescentam ainda que os *designers* muitas vezes dão relevância apenas ao

campo visual e estético, deixando de atentar aos outros sentidos como olfato, audição e o tato. É muito importante a conjugação das diferentes dimensões do conforto para que se garanta uma boa relação do vestuário-usuário-meio envolvente. Na Tabela 4 apresenta-se as respostas do vestuário ao conforto com base nos estudos de Vianna e Quaresma (2015).

Tabela 4: Resposta do vestuário ao conforto

Conforto	Vestuário
Termofisiológico	Relação com as sensações de calor e frio, exigindo tecidos que proporcionem o bem-estar através das suas características naturais ou tecnológicas como os fios de superfícies irregulares facilitando a circulação do ar por exemplo.
Sensorial de "toque"	Está relacionado com o a maciez do tecido que é resultado da sua composição e estrutura.
Ergonômico	Engloba todas as sensações e percepções agregadas à modelagem e confecção do vestuário.
Psico-Estético	Tipo de material têxtil, a conformação da roupa no corpo, o caimento do vestuário, a combinação de cores, mas também o odor das roupas (quando usadas).

Fonte: Vianna e Quaresma (2015)

O vestuário deve atender a todos estes critérios do conforto, para garantir a usabilidade do produto de forma plena, porém, avaliar todos estes parâmetros pode ser uma tarefa complexa e exaustiva, principalmente porque se trata de propriedades na sua maioria de caráter subjetivo. No entanto a avaliação do conforto deve reger-se por bases científicas, pois segundo Broega e Cabeço-Silva (2010) continua a fazer-se a sua avaliação de uma forma empírica e hedônica:

Todas estas variáveis contribuem para a elevada complexidade da avaliação e quantificação do conforto do vestuário que, até hoje, têm vindo a ser avaliado por clientes, confeccionadores e produtores de tecidos de uma forma empírica, pelo "toque" e pelo "sentir-se bem quando se veste". Trata-se de uma avaliação completamente subjetiva, baseada nos sentidos e experiências, sem qualquer base científica. (BROEGA e CABEÇO-SILVA, 2010, p. 4)

O conforto é um dos aspectos mais importantes do vestuário, dada a sua proximidade ao corpo. A resposta de desconforto é muitas vezes imediata, no entanto, a avaliação do objeto do conforto deve ser feita de forma precisa e quantitativa pela positiva, recorrendo a metodologias de Análise Sensorial (BROEGA, 2008). Infelizmente esta é uma realidade que não se observada nas indústrias de confecção, mas que cada vez se torna mais necessária principalmente quando se procura desenvolver produtos mais inclusivos.

Os pesquisadores Simões e Bispo (2006), defendem que através da inclusão podem originar sociedades mais equilibradas, que fornecem melhor qualidade de vida, não somente a deficientes e idosos, mas à sociedade como um todo.

Nesta ótica, a inclusão, no vestuário para idoso, não se trata apenas de adaptar as medidas adequadas para o desenvolvimento de produto, mas é o design de vestuário pensando na diversidade física desta faixa etária. Porém na situação de despreparo em que indústria do vestuário se encontram, não lhes é possível vislumbrar o cenário atual, deixando os idosos a margem, limitando-se apenas a fazer adequações do que já existe, é necessária uma nova postura de inovação.

Assim, questões pertinentes à fisiologia do idoso devem ser levadas em consideração, pois, os seus níveis de conforto estão correlacionados com vestuário, como abordado anteriormente. Com base nas literaturas consultadas há alguns pontos a ter em consideração relativamente à evolução das variáveis antropométricas, motricidade humana, entre outros, a ter em conta no projeto de design de vestuário.

Segundo Matsudo, *et. al* (2000, pag. 21) o processo de envelhecimento é acompanhado por:

‘[...] aumento do peso corporal, especialmente dos 40 aos 60 anos de idade, com diminuição após os 70 anos de idade; diminuição da estatura corporal gradativa, explicada, em grande parte, pela perda de massa óssea; aumento da gordura corporal, diminuição da taxa metabólica de repouso, massa muscular esquelética e massa óssea.

Ainda segundo os autores existe ainda uma tendência para “uma diminuição da estatura, com o passar dos anos, por causa da compressão vertebral” (MATSUDO, *et. al*, pag. 23). Um fator importante levantado pelo mesmo estudo é que parece existir

uma redistribuição da gordura corporal dos membros para o tronco, traduzido num aumento de gordura na região superior do corpo, especialmente no abdómen do que se depreende que certamente passará a haver numa menor demarcação da cintura (principalmente no corpo feminino).

De acordo com o estudo de Pranke, Teixeira e Mota (2006) as mudanças mais observadas no processo de envelhecimento, traduzem-se no declínio da capacidade de movimentação, a perda da acuidade da motricidade fina (que tem a ver com a coordenação “visuomanual” quando se manipula um objeto com as mão, por exemplo escrever, desenhar, pintar ou mesmo o apertar de botões); a diminuição dos mecanismos de equilíbrio, principalmente o da estabilidade postural; a diminuição da sensibilidade vibratória e a diminuição da força muscular (por perda do tonos muscular).

Outros efeitos que têm sido consistentemente reportados na literatura e são consequência do envelhecimento do indivíduo são: diminuição no número e tamanho dos neurônios, com consequente diminuição na velocidade de condução nervosa, menor velocidade de movimento, diminuição da agilidade, coordenação, flexibilidade, diminuição da mobilidade articular e aumento da rigidez da cartilagem, tendões e ligamentos (MATSUDO, *et. al*, 2000).

Assim existe uma exigência cada vez maior por produtos de vestuário que atendam às necessidades dos usuários, principalmente do idoso e que respondam às necessidades da execução das tarefas diárias que lhes são vitais, como é o caso tão simples de se vestir autonomamente, como por exemplo a simples tarefa de vestir um casaco sem auxílio. Na Tabela 5 propomos alguns requisitos em termos de conforto a serem atendidos no design de um produto de vestuário para o usuário idoso.

Tabela 5: Requisitos de conforto no vestuário para idosos

Níveis de conforto	Tópicos a serem atendidos
Termo-fisiológico	O conforto termo-fisiológico do usuário pode ser melhorado através de materiais que permitam um adequado balanço térmico entre o corpo e o vestuário.

Níveis de conforto	Tópicos a serem atendidos
	Os materiais selecionados devem permitir uma boa gestão de humidade à superfície da pele, em condições térmicas de calor. E devem ser bons isolantes térmicos em condições de frio. Estas propriedades têm a ver com a porosidade das estruturas têxteis (tecidos e malhas), ou seja, com a sua estrutura mais ou menos aberta. Com a tipologia dos fios usados na construção das malhas e tecidos, tecidos mais volumosos, permitem criara substratos têxteis mais isolantes. Tecidos fabricados a partir de fios crepes (maiores torções), originam de superfícies mais irregulares facilitando a circulação do ar. Tecidos fabricados a partir de fibras naturais permitem uma melhor gestão de humidade, mas as suas misturas com fibras sintéticas especiais (como por exemplo microfibras) ou com acabamentos especiais tendem a favorecer o conforto térmico do vestuário. A opção deve ter sempre em consideração a sua aplicação a vestuário para ambientes quentes ou frios. A combinação de superfícies têxteis porosas de fibras naturais (ou em certas misturas com algumas sintéticas) pode favorecer o conforto térmico.
Sensorial de "toque"	O conforto sensorial de "toque" está relacionado com o a maciez do tecido que é resultado da sua composição e estrutura superficial. Pelo fato do idoso tender a ter uma pele mais ressequida, o "toque" agradável do tecido é fundamental para a sua sensação de conforto e evitar irritações na pele. Materiais têxteis mais macios e de "toque agradável" pode ser conseguido com acabamentos especiais e/ou com mistura funcionais de fibras naturais/sintéticos, além de outras soluções mais técnicas para a construção dos tecidos por exemplo utilização de filamentos contínuos, fios menos pilosos, estruturas mais lisas (maiores alinhavos), etc. Havendo uma diminuição da motricidade fina existirá uma maior dificuldade no abotoar ou fechar o vestuário, o que implica o uso de aviaamentos com texturas mais perceptíveis (em termos de tamanho e textura), e mesmo pensar formas diferentes e inovadoras de apertar/ajustar o vestuário.

Níveis de conforto	Tópicos a serem atendidos
Ergonômico	O conforto ergonômico está relacionado à modelagem (medidas antropométricas da população idosa) e confecção do vestuário, e deve prever a adequação às novas configurações do corpo do idoso, de forma a permitir o bem-estar e a liberdade dos movimentos. Este pode ser muito condicionado (ou potenciado) pelos fatores térmicos e de toque dos materiais têxteis que constituem o vestuário. Com a lentidão da marcha, perda de tonos muscular e a limitação da amplitude de movimentos, o vestuário deve ser pensado em termos de garantir maior amplitude dos movimentos, através das folgas, novas formas de abertura, da modelagem aliada à escolha certa dos materiais têxteis, as peças devem permitir maior adequabilidade á realidade de esquelético-motora do idosos. A modelagem deve também estar atenta às novas dimensões posturais do idoso, aos níveis de eixo corporais como joelhos e cotovelos, onde se denota uma tendência à flexão e, por conseguinte uma tendência para os excessos de materiais têxteis nestas zonas que se podem configurar em possíveis efeitos de desconforto.
Psico-Estético	A aparência do objeto é um fator crucial para que o usuário não se sinta excluído ou estigmatizado, assim, a adequação do vestuário ao estilo de vida do usuário é aqui fundamental. Respeitar a linguagem do indivíduo com o meio em que está inserido é fundamental. Pelo conforto psico-estético o idoso vai se seguir seguro confiante, vai poder expressar a sua personalidade, individualidade, estilo. Vai-se valorizar o tipo de material têxtil aplicado, a conformação da roupa aos seu corpo, o vestir bem em linhas atuais valorizando ou escondendo partes do corpo; a gama de cores dentro das paletas de tendência de moda, os novos materiais (normalmente aplicados só aos vestuários mais juvenis), vai sentir segurança no seu vestuário, o que contribui para e elevar a sua autoestima e a sua qualidade de vida.

Assim quando se projeta uma peça de vestuário, a primeira coisa a ter em consideração é o usuário e as suas necessidades, ou seja, os quesitos a serem levados em conta no design de produto, que devem ser de ordem de funcionalidade, de qualidade, de conforto e também de ordem estética, de forma à satisfação plena do usuário e a sua inclusão no seu meio social.

No projeto de produto do vestuário, o objeto passa ter notável significância para ser mais inclusivo, deixando de ser apenas um *redesign*, pois, quando se conhece as verdadeiras necessidades do usuário (nomeadamente o idoso) pode-se desenvolver soluções que favoreçam a relação com o objeto de vestuário, que forneçam mais segurança, bem estar e por consequência mais conforto, o que envolve aspectos estéticos, mas também os aspectos formais e funcionais através da modelagem e do tecido condizente à necessidades do idoso (VIANNA e QUARESMA, 2015)

Completando estas questões as “interações corpo-vestuário (térmicas e mecânicas) desempenham funções muito importantes na determinação do estado de conforto do portador, assim como os ambientes externos, (físico, social e cultural)” (BROEGA e CABEÇO-SILVA, 2010, p. 4).

Para Neves *et. al.* (2015), o atendimento de fatores relevantes da movimentação do corpo do idoso requer projetos que facilitem o vestir, que levem em consideração todos os aspectos relativos à mobilidade, pois, defendem que algumas atividades podem ser desempenhadas com mais dificuldade.

Portanto, quaisquer elementos pertinentes ao vestuário como no caso de aviamentos, superfícies têxteis, aspectos formais de desenvolvimento de produto e modelagem, podem vir a garantir maior êxito nos projetos de vestuário para o público idoso, abarcar os quesitos destes indivíduos eleva mais os níveis de conforto no vestuário de um modo geral.

Todos estes pontos e fatores levam à questão de que há uma necessidade premente de repensar o design de vestuário de uma forma mais inclusiva, que venha proporcionar ao idoso maior conforto. Pois apesar de se tratar de fatores que atendem maioritariamente aos aspectos físicos e fisiológicos, a sua correlação direta com o

psicológico e o emocional, vão desencadear respostas diretas de bem-estar que influenciando no cotidiano e no desempenho de atividades diárias do idoso contribuindo para o elevar da sua autoestima e inclusão social.

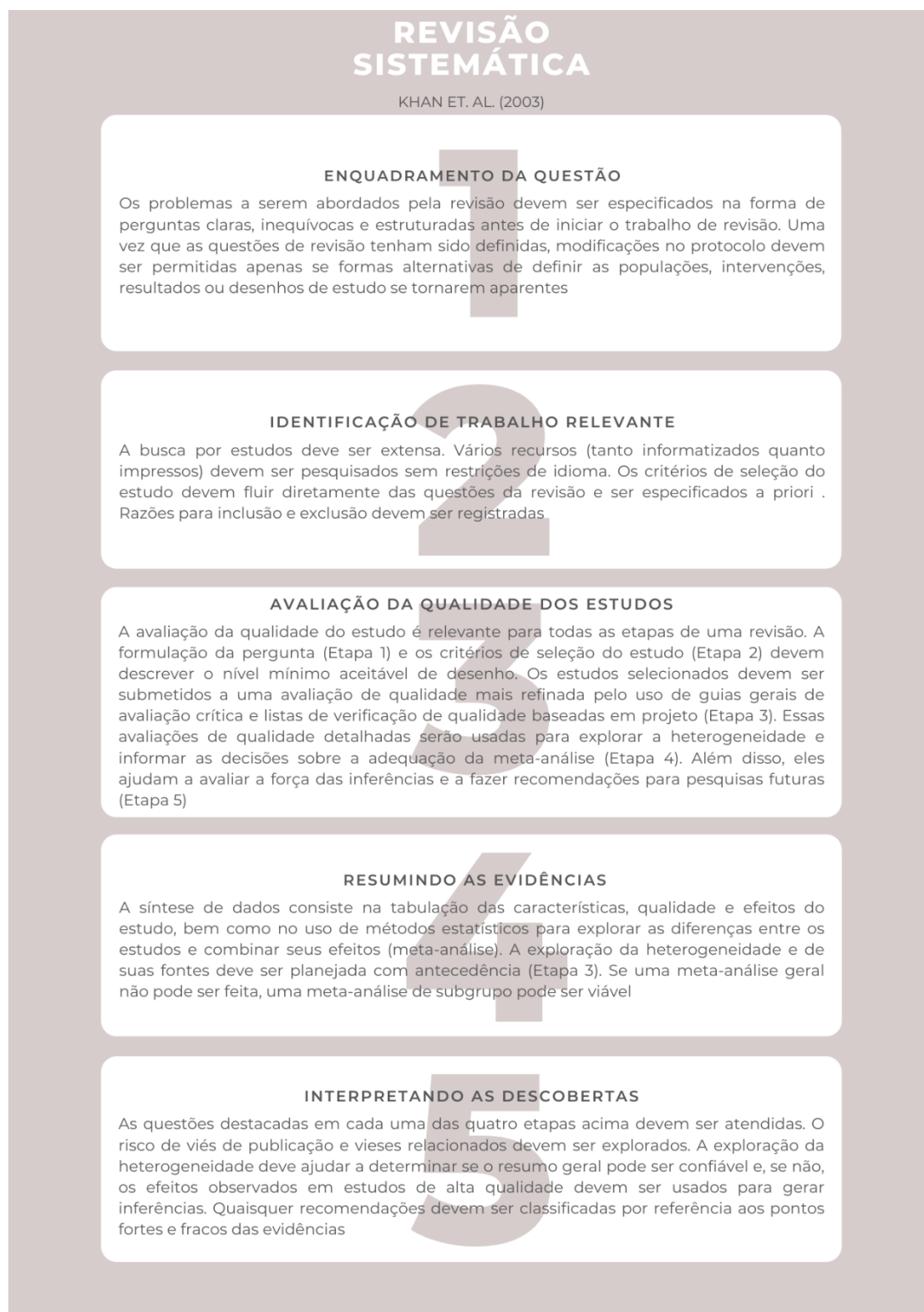
5. REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

O design de moda possui contextos que já foram muitas vezes omitidos, dicotomias que pós findada a primeira década do século XXI, ganharam força e expressividade, este trabalho vem trazer a luz dois temas que a moda está buscando trabalhar que são: inclusão e o idoso.

Em documentos do Sebrae (2016) e reportagens da Folha de São Paulo (2012) e Jornal O Dia (2018), observa-se que socialmente e comportamental o público idoso tem mudado, mas a moda não o tem acompanhado. Os motivos podem ser elucidados por: preconceito, achar que é consumidor inexpressivo e possível falta de conhecimento.

Cabe, portanto, definir pontos da revisão da literatura que irão delinear como a pesquisa científica tem se atentado a essa temática, pois, há a necessidade de conhecer como abordagem tem acontecido, quais lacunas ainda existem e quais soluções já estão disponíveis e aplicáveis, assim, a base da revisão sistemática da literatura após a estrutura de conscientização da problemática utiliza das cinco etapas da revisão sistemática elaborada por Khan et. al. (2003) (Figura 12).

Figura 12: Revisão sistemática



Fonte: Khan et. al. (2003)

Com a revisão conduzida no formato detalhado na tabela anterior, dá-se seguimento com as identificações dos trabalhos relevantes, os primeiros se deram em formato de artigos, num período de 10 anos, em idioma inglês, em revisão configurativa, porque a pesquisa é qualitativa e os conceitos serão debatidos ao longo dos capítulos, pois, “principal objetivo da revisão, nesse caso, é o arranjo a diversos resultados individuais em uma renderização teórica coerente” (MORANDI e CAMARGO, 2015, p. 147).

Os critérios de busca suscitados são de incluir pesquisas na área de Ciências Sociais Aplicadas, utilizando-se de estratégia de saturação pois é condizente com a tomada de revisão configurativa segundo Brunton et. al. (apud MORANDI e CAMARGO, 2015).

O viés assumido para a investigação é por termos de busca em ‘palavra exata’, por esperar retornos definidos nos índices, uso de operador booleano ‘AND’ para não restringir a ordem dos termos.

Assim este tópico aborda as etapas de condução e dos resultados da revisão sistemática realizada com o objetivo foi obter embasamento teórico a respeito do desenvolvimento de produtos de vestuário à mulheres idosas.

5.1 Enquadramento da questão

Para identificar os avanços nos estudos do design de moda para o público idoso, bem como suas contribuições para o processo desenvolvimento de produtos de vestuário, foi elaborada a seguinte pergunta:

Há diretrizes projetuais de desenvolvimento de produto de vestuário que possuam parâmetros ergonômicos, de usabilidade e conforto para a inclusão de mulheres idosas?

5.1.1 Critério de seleção de fontes:

Foram selecionadas fontes disponíveis em plataformas de bases de dados científicas que abordem as áreas de ciências sociais aplicadas e engenharia (esta pela aplicabilidade ergonômica).

5.1.2 Métodos de busca de fontes:

As palavras-chaves utilizadas foram previamente definidas, aplicadas nas buscas por artigos de periódicos ou anais de eventos científicos da área, e capítulos de livros, publicados em fontes de bases de dados disponíveis via web.

5.1.3 Critérios para inclusão e exclusão de estudos:

- INCLUSÃO
 - a. Os documentos devem estar disponíveis na Web;
 - b. Estudos que mostrem estudos na área de produtos de vestuário ou moda;
 - c. Estudos que apresentem dados sobre os impactos na aquisição de conhecimento ou de habilidades do público-alvo, em seus resultados;
 - d. Documentos que apresentem palavras da *string* de busca no seu título ou no seu resumo;
 - e. Documentos escritos em inglês ou em português;
 - f. Documentos publicados no período de 2015 a 2019.
- EXCLUSÃO
 - a. Documentos que apresentem estudos em outras áreas do design, ou que diferem de produtos;
 - b. Trabalhos que não possuam aprofundamento científico na área do vestuário ou moda;
 - c. Documentos que NÃO estejam enquadrados nos critérios de inclusão.

5.2 Processo de seleção dos estudos:

A seleção dos trabalhos retornados da pesquisa nas bases de dados, deu-se da seguinte forma:

- a. Inserção das referências em tabela do Word;
- b. Aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, dos trabalhos que possuíam as palavras do string de busca;
- c. Registro dos trabalhos que foram incluídos e excluídos no Formulário de Seleção de Estudos.

5.2.1 Avaliação da qualidade dos estudos:

Os documentos considerados como adequado, foram os que atenderam aos critérios de inclusão, e não adequado aqueles que atenderam a um dos critérios de exclusão. A avaliação ocorreu por meio da leitura do resumo ou do texto completo do documento.

5.2.2 Estratégia de extração de informações:

Após o processo de seleção, foram extraídas as seguintes informações dos estudo selecionado: Fonte (nº de documentos retornados e de documentos duplicados); Autor(es); Ano de publicação; Título do documento; Pertinência do resultado da busca.

5.2.3 Termos, sinônimos e fontes para busca:

- *Elderly - senescence;*
- *Ergonomic – usability, comfort;*
- *Clothing – fashion design, product.*

5.3 Identificação de trabalho relevante:

Base de dados pesquisada:

Science Direct < <https://sciencedirect.com> >

String de busca *Clothing and elderly and comfort or usability*

Resultado:

Nº de documentos retornados 09
 Nº de documentos duplicados em outras bases de dados 00
 Nº de documentos que atenderam aos critérios de inclusão 03

Tabela 1. Resultado dos estudos preliminares

Nº	Autor	Data	Título
1	Érica P. das Neves Aline C. Brigatto Fausto O. Medola Luis C. Paschoarelli	2015	<u>BIOMECHANICS AND FASHION: CONTRIBUTIONS FOR THE DESIGN OF CLOTHING FOR THE ELDERLY</u> <i>6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2015) and the Affiliated Conferences</i>
2	Claudia ViannaManuela Quaresma	2015	<u>ERGONOMIC ISSUES RELATED TO CLOTHING AND BODY CHANGES OF THE NEW ELDERLY WOMEN</u> <i>6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2015) and the Affiliated Conferences</i>
3	Érica P. das Neves Aline C. Brigatto Luis C. Paschoarelli	2015	<u>FASHION AND ERGONOMIC DESIGN: ASPECTS THAT INFLUENCE THE PERCEPTION OF CLOTHING USABILITY</u> <i>6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2015) and the Affiliated Conferences</i>

- **Taylor & Francis** < <http://tandonline.com> >
[All: clothing] AND [All: elderly] AND [All: comfort] AND [All: "fashion design"]

Resultado:

Nº de documentos retornados 21
 Nº de documentos duplicados em outras bases de dados 04
 Nº de documentos que atenderam aos critérios de inclusão 07

Tabela 2. Resultado do string de busca executado na base de dados Taylor & Francis.

Nº	Autor	Data	Título
----	-------	------	--------

1	OSMUD RAHMAN & WAN-TIEN CHANG	2018	<u>UNDERSTANDING TAIWANESE FEMALE BABY BOOMERS THROUGH THEIR PERCEPTIONS OF CLOTHING AND APPEARANCE</u> <i>Fashion Practice</i>
2	Anna Perry, Laura Malinin, Eulanda Sanders, Yan Li & Katharine Leigh	2017	<u>EXPLORE CONSUMER NEEDS AND DESIGN PURPOSES OF SMART CLOTHING FROM DESIGNERS' PERSPECTIVES</u> International Journal of Fashion Design
3	Jane McCann	2016	<u>SPORTSWEAR DESIGN FOR THE ACTIVE AGEING</u> <i>Fashion Practice</i>
4	Joe Au, Jin Lam & Chupo Ho	2016	<u>DESIGN PREFERENCES AND EXPERIENCE OF OLDER PEOPLE'S CHOICE IN FASHION IN HONG KONG</u> <i>Int J Comput Dent</i>

- **Springer** < <http://link.springer.com> >
clothing AND and AND elderly AND (comfort) AND NOT (medicine AND and AND nurse AND and AND health)

Resultado:

Nº de documentos retornados 130
 Nº de documentos duplicados em outras bases de dados 00
 Nº de documentos que atenderam aos critérios de inclusão 05

Tabela 3. Resultado do string de busca executado na base de dados Springer

Nº	Autor	Data	Título
1	Artemisia Caldas Miguel Carvalho Humberto Lopes	2018	<u>CLOTHING COMFORT FOR THE DEPENDENT ELDERLY - CAREGIVERS PERSPECTIVE</u> <i>Advances in Design for Inclusion</i>
2	Xiaoping Hu Jiying Zhong	2016	<u>THE STUDY OF DESIGN OF SENILE DEMENTIA PATIENTS' ANTI-LOST CLOTHING BASED UPON ERGONOMICS</u> <i>Advances in Ergonomics in Design</i>
3	Xiaoping Hu Xiao Zhang Lyuhuayang Feng	2018	<u>RESEARCH ON USER EXPERIENCE DESIGN APPLICATIONS IN DETAIL DESIGNS OF ELDER'S GARMENT PRODUCTS</u> <i>Advances in Affective and Pleasurable Design</i>
4	Cristina Carvalho Gianni Montagna Carla Morais	2011	<u>FASHION DESIGN AND LIFE EXPERIENCE: REDUCED MOBILITY IN AGEING</u> <i>Advances in Design for Inclusion</i>

5	Gianni Montagna ,Laura Piccinini ,Sílvia Pereira &Cristina Carvalho	2018	<u>HUMAN FACTORS IN AGING CONSUMERS</u> <i>Advances in Human Factors and Ergonomics in Healthcare and Medical Devices</i>
---	--	------	--

- **Google Acadêmico** < <http://scholar.google.com.br> >
(elderly OR senescence) AND (ergonomic OR usability OR comfort) AND (fashion OR clothes OR clothing) AND (inclusive design OR inclusion) -medicine -or -hospital -or -health

Resultado:

Nº de documentos retornados 07

Nº de documentos duplicados em outras bases de dados 00

Nº de documentos que atenderam aos critérios de inclusão 02

Tabela 4. Resultado do *string* de busca executado na base de dados *Google Acadêmico*

Nº	Autor	Data	Título
1	Mariana de Oliveira Patrícia Yokomizo Andrea Lopes	2020	<u>APARÊNCIA, VESTUÁRIO E MODO DE VESTIR: PISTAS PARA A INVESTIGAÇÃO DA VELHICE</u> <i>REVISTA KAIROS GERONTOLOGIA</i>
2	Crislaine Gruber Lizandra Garcia Lupi Vergara	2017	<u>ERGONOMIA APLICADA AO PROJETO DO PRODUTO: O PONTO DE VISTA DE DESIGNERS DO VESTUÁRIO</u> <i>REVISTA GEPROS</i>

5.4 Avaliação da qualidade dos estudos

Os documentos selecionados, são aqueles enquadrados nos critérios de inclusão relacionados que se enquadram nos critérios de inclusão ou exclusão.

Tabela 6. Formulário preliminar de Seleção de Estudos

Formulário Preliminar de Seleção de Estudos – Total Selecionado: 42				
Nº	Autor	Ano	Título	Critério de exclusão
1.	Érica P. das Neves Aline C.Brigatto	2015	<u>BIOMECHANICS AND FASHION: CONTRIBUTIONS FOR THE DESIGN OF CLOTHING FOR THE ELDERLY</u>	

	Fausto O. Medola Luis C.Paschoarelli			
2.	Claudia Vianna Manuela Quaresma	2015	<u>ERGONOMIC ISSUES RELATED TO CLOTHING AND BODY CHANGES OF THE NEW ELDERLY WOMEN</u>	
3.	OSMUD RAHMAN & WAN-TIEN CHANG	2018	<u>UNDERSTANDING TAIWANESE FEMALE BABY BOOMERS THROUGH THEIR PERCEPTIONS OF CLOTHING AND APPEARANCE</u>	
4.	Anna Perry, Laura Malinin, Eulanda Sanders, Yan Li & Katharine Leigh	2017	<u>EXPLORE CONSUMER NEEDS AND DESIGN PURPOSES OF SMART CLOTHING FROM DESIGNERS' PERSPECTIVES</u>	C
5.	Jane McCann	2016	<u>SPORTSWEAR DESIGN FOR THE ACTIVE AGEING</u>	C
6.	Joe Au, Jin Lam & Chupo Ho	2016	<u>DESIGN PREFERENCES AND EXPERIENCE OF OLDER PEOPLE'S CHOICE IN FASHION IN HONG KONG</u>	C
7.	Artemisia Caldas Miguel Carvalho Humberto Lopes	2018	<u>CLOTHING COMFORT FOR THE DEPENDENT ELDERLY - CAREGIVERS PERSPECTIVE</u>	
8.	Xiaoping Hu Jiying Zhong	2016	<u>THE STUDY OF DESIGN OF SENILE DEMENTIA PATIENTS' ANTI-LOST CLOTHING BASED UPON ERGONOMICS</u>	A – C
9.	Xiaoping Hu Xiao Zhang Lyuhuang Feng	2018	<u>RESEARCH ON USER EXPERIENCE DESIGN APPLICATIONS IN DETAIL DESIGNS OF ELDERLY'S GARMENT PRODUCTS</u>	C
10.	Cristina Carvalho Gianni Montagna Carla Morais	2011	<u>FASHION DESIGN AND LIFE EXPERIENCE: REDUCED MOBILITY IN AGEING</u>	
11.	Gianni Montagna ,Laura Piccinini ,Sílvia Pereira &Cristina Carvalho	2018	<u>HUMAN FACTORS IN AGING CONSUMERS</u>	
12.	Mariana de Oliveira Patrícia Yokomizo Andrea Lopes	2020	<u>APARÊNCIA, VESTUÁRIO E MODO DE VESTIR: PISTAS PARA A INVESTIGAÇÃO DA VELHICE</u>	
13.	Crislaine Gruber Lizandra Garcia Lupi Vergara	2017	<u>ERGONOMIA APLICADA AO PROJETO DO PRODUTO: O PONTO DE VISTA DE DESIGNERS DO VESTUÁRIO</u>	B

5.5 Resumindo as evidências: trabalhos selecionados que apresentam resultados de impacto na aquisição de conhecimento ou habilidades

Os documentos indicados com "X", na coluna Pertinência do Documento, apresentam os resultados de impacto desejados. Os documentos indicados com "0" não apresentam resultados de impacto.

Resultados:

- N° de documentos selecionados ➤ 07
- N° de documentos que apresentam resultados de impacto para o design de moda ➤ 05
- N° de documentos que possuem estudo com idosas ➤ 04
- N° de documentos que apresentam contribuição para aquisição de conhecimento ➤ 05
- N° de documentos que apresentam contribuição para desenvolvimento de habilidades ➤ 04

Tabela 7. Formulário final de Seleção de Estudos

Formulário Final de Seleção de Estudos						
PERTINÊNCIA DO DOCUMENTO: (PD)						
CONTRIBUIÇÃO: (AC) Aquisição de conhecimento / (DH) Desenvolvimento de Habilidades						
<i>Nº</i>	<i>Autor</i>	<i>Ano</i>	<i>Título</i>	<i>PD</i>	<i>Contribuição</i>	
					AC	DH
1.	Érica P. das Neves Aline C.Brigatto Fausto O. Medola Luis C.Paschoarelli	2015	Biomechanics and Fashion: Contributions for the Design of Clothing for the Elderly	X	X	X
2.	Claudia Vianna Manuela Quaresma	2015	Ergonomic Issues Related to Clothing and Body Changes of the New Elderly Women	X	X	X
3.	Osmud Rahman & Wan-Tien Chang	2018	Understanding Taiwanese Female Baby Boomers through their Perceptions of Clothing and Appearance	0		X
4.	Artemisia Caldas Miguel Carvalho Humberto Lopes	2018	Clothing Comfort for the Dependent Elderly - Caregivers Perspective	X	X	X

5.	Cristina Carvalho Gianni Montagna Carla Moraes	2011 Fashion Design and Life Experience: Reduced Mobility in Ageing	X	X
6.	Gianni Montagna ,Laura Piccinini ,Sílvia Pereira &Cristina Carvalho	2018 Human Factors In Aging Consumers	X	X
7.	Mariana de Oliveira Patrícia Yokomizo Andrea Lopes	2020 Aparência, vestuário e modo de vestir: pistas para a investigação da velhice	X	X

5.1. Interpretando as descobertas

Mediante os resultados nota-se evidências de que os trabalhos na área da moda/vestuário têm ganhado mais expressividade quando há abordagem no público idoso, por ser uma área estudada academicamente um pouco mais recente, observa-se o baixo volume de trabalhos que se propõem estudar sob o viés científico.

Um ponto de destaque em decorrência dos artigos pesquisados é a notoriedade dos asiáticos (Coreia do Sul e China), em especial que à 10 anos a pesquisa envolvendo idosos nestas localidades já ocorria ressaltando a urgência em explanar sobre a temática moda e envelhecimento. Há apontamentos bem pontuais para cada região, enfatizando a preocupação com a abordagem em suas localidades.

Sobre as publicações que envolvem moda/vestuário cabe ressaltar que as publicações em português, em que há abordagem de Marteli et.al. (2017) e Vianna e Quaresma (2015) há apontamentos na área da ergonomia, o que já passam aparecer em destaque mesmo que em menor número, fortalecendo mais o ineditismo da tese.

O resultado desta busca ressalta como o idoso faz parte do contexto científico, como a moda possui números expressivos, já o design inclusivo ainda precisa ser mais pesquisado, porém quando somado à tecnologia assistiva o resultado é diferente aumenta um pouco mais, mas ainda não supera a quantidade das outras temáticas, porém como não se trata de um componente deste estudo, tais números não serão considerados. As áreas que mais foram abordadas pelos grupos são: ergonomia,

inovação, desenvolvimento de produto, sustentabilidade, consumo, corpo/estética, têxtil, tendência de mercado e interdisciplinaridade.

O que se pode notar também é que em buscas que associam ‘design de moda’, ‘vestuário’, ‘idoso’ e design inclusivo’ há o ímpeto de procurar entender o idoso atual e a moda, demonstra como estão procurando entender o que mudou e o que ainda está por vir, seja pelas limitações e as novas condições dos indivíduos idosos, ou pelas questões de comportamento e consumo.

A originalidade desta pesquisa é se utilizar destas pesquisas, no que já alcançaram para poder haver um passo em relação ao processo projetual, avançar com uma proposta para emprego prático dos designers na indústria (não somente as de grande porte, mas também em outras esferas proporcionais).

A partir da revisão sistemática pode-se levantar a lista de artefatos e suas classes de problemas, com base no protocolo desenvolvido por Dresh et. al. (2015), criando uma matriz de síntese (Tabela 10):

Tabela 6: Síntese da matriz

Artefatos	Problema	Resultado	Heurística de construção do artefato	Avaliação
Ergonomia	Desenvolvimento de produto	Positivo	Funcional	Processo da diretriz
	Conforto	Positivo	Funcional	
Projeto de Produto	Processo	Negativo	Definição de métodos já utilizados	Pode ser um dos componentes
Comportamento de consumo Publicidade/Imagem	Conscientização	Positivo	Avanço / Conhecimento	Delimitação inicial da diretriz

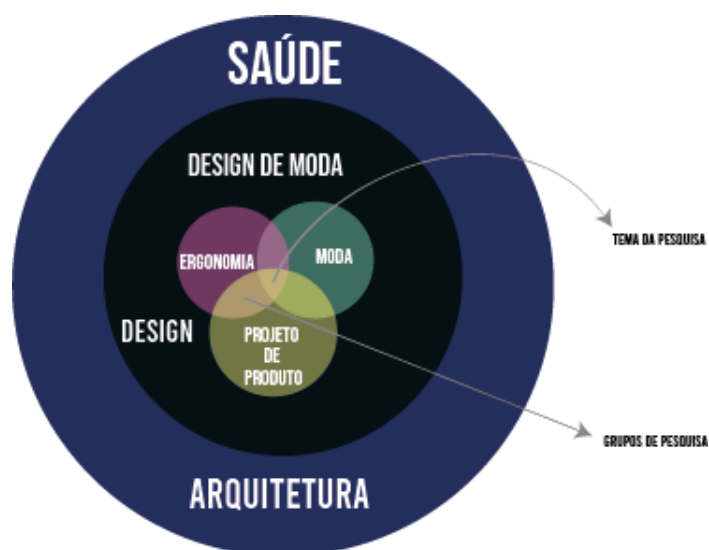
Fonte: Almeida (2019)

Leva-se a acreditar que há uma iniciativa de conhecimento do comportamento do idoso, de como é o funcionamento do corpo e sua relação com seu entorno, já há alguns estudos que averiguam as referências imagéticas e mesmos trabalhos de

conclusão de cursos de graduação com soluções para o público idoso, que é a questão de pesquisa deste trabalho.

Mas a lacuna observada é quanto ao processo do desenvolvimento dos produtos de vestuário, bem como o direcionamento sobre inclusão, todos envolvidos com a temática do idoso como questão de pesquisa (Figura 13).

Figura 13: Lacuna da pesquisa



Fonte: Almeida (2019)

Assim, com base na lacuna identificada, foram levantadas as seguintes literaturas que delimitaram a pesquisa, com a inserção de literaturas já consolidadas que abordam com ênfase no campo do vestuário e da ergonomia:

Tabela 7:Revisão da literatura

TEMÁTICA	REFERÊNCIAS
MODA (PRODUTO/TÊXTEL/CONSUMO)	Caldas e Carvalho (2016) Caldas (2017) Caldas, Carvalho, Lopes e Souza (2019) Varnier e Merino (2017) Zulli (2012)
PROJETO DE PRODUTOS	Gomes e Quaresma (2016) Palacios e Molina (2016) Honeywell (1992)

ERGONOMIA (MODA/PRODUTO)	Vianna e Quaresma (2015) Puccini e Wolff (2017) Neves e Paschoarelli (2018) Marteli, Menezes, Neves, Paschoarelli e Medola (2017) Neves e Paschoarelli (2012) Martins (2019)
---	---

Fonte: Almeida (2019)

Portanto, com estas considerações, a pesquisa ressalta o ineditismo do trabalho, que procura através dos resultados positivos de outros trabalhos gerar uma ferramenta que possa ser praticável em processos projetuais e produtivos.

A partir destas considerações o processo metodológico da pesquisa segue o delineamento: análise de estudo do idoso, pesquisa de campo, no método qualitativo experimental e pesquisa-ação, com observação e diário de percepção, que se propõe a seguir as seguintes etapas:

- Revisar as ferramentas aplicadas ao desenvolvimento projetual de produtos;
- Tomada de conhecimento dos indivíduos a serem estudados – através de workshops, entrevistas e vídeos de idosos que demonstrem a vestibilidade e a mobilidade das atuais peças de vestuário;
- Análise de perfil de *concerns*.
- Uso aplicabilidade dos Cartões de criatividade.
- Análise dos critérios de conforto, aplicado como protocolo avaliativo a produção de produtos de vestuário.

Assim, por se tratar de uma pesquisa qualitativa, o uso da entrevista serviu para compreender as relações vestuário-indivíduo, idade-identidade, vestuário-aspectos físicos, fisiológicos e psicológicos. Pretende-se levantar uma descrição detalhada de dos questionamentos que são pertinentes para o levantamento de dados que serão importantes para mapear realidade do idoso, para em sequência elencar dados

possíveis para a construção de diretrizes de desenvolvimento de um produto de vestuário que possa abranger aos indivíduos idosos do gênero feminino.

O procedimento constituiu de três etapas para cada grupo de sujeitos que responderão ao questionário, (a entrevista poderá ter gravação de áudio, apenas para reservar informações que poderão ser revisitadas, dando maior contribuição para fatos que antes podem ter sido desconsiderado) sendo os quatro grupos:

- Idosos: gênero feminino, com idade entre 65 a 75 anos, sendo 50% de indivíduos vivendo em instituições como casa de repouso, asilos ou residenciais para idosos, e 50% de idosas que possuem independência residindo em residências próprias, podendo possuir ou não patologias inerentes a idade aparentes ou não.
- Médicos: geriatras, que atendam no sistema único de saúde e/ou em hospitais particulares ou conveniados.
- Psicólogos: que atendam e tenham pacientes idosos do gênero feminino, que tenham no mínimo um ano de atendimento a este público.
- Designers: que trabalhem no desenvolvimento de produtos de vestuário de modo autônomo ou empregado em empresas, que possui relação com o público idoso ou quaisquer conexões com inclusão.

Por se tratar de entrevistas com seres humanos, a pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética pela Plataforma Brasil, que obteve seu parecer favorável registrado sob número 3.280.616, assim, a pesquisadora se compromete a manter sigilo sobre a identidade dos entrevistados, garantindo que não haverá riscos sobre sua participação, para tanto foi elaborado o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (Anexo 1), que firmou estabelecer um contrato com os indivíduos entrevistados assegurando idoneidade frente ao compromisso proposto ao Comitê de Ética.

As três etapas aplicadas aos grupos de idosos, médicos e psicólogos compreendeu entre:

- Seleção dos entrevistados: este termo adotado se trata de uma seleção qualitativa assim, o objetivo não é quantificar opiniões, mas sim, obter

as diferentes observações e representações sobre um determinado assunto (BAUER; GASKELL, 2017), para Gil (2010) na pesquisa-ação o questionário tem como propósito de ser aplicado quando há uma série de fatores a serem investigados, como é o caso desta pesquisa, adotando procedimentos flexíveis, pois, podem haver mudanças que mudarão os significantes alvos do projeto, além de poder garantir maior poder argumentativo por parte dos entrevistados, o que necessitará de uma interpretação eficaz.

- Análise e interpretação: Diante dos dados coletados, a discussão será em torno da interpretação dos resultados, para a interpretação serão usados de contribuições teóricas e construção de um quadro representativo, que será apresentado aos profissionais de design que auxiliarão mediante as perguntas que serão feitas, com base nos resultados dos questionários.
- Resultados: com a interpretação dos dados, será elaborada uma prévia das diretrizes com esses dados, o último grupo a participar do projeto serão os designers de moda, será aplicado um questionário, a partir desta fase será o começo da metodologia experimental para que se consiga desenvolver uma atividade a ser aplicada novamente com o grupo de designers.

Por ser uma pesquisa-ação, em que um grupo de entrevistados, composto por designers de moda que trabalham com desenvolvimento de produto, a fim de captar de modo sistemático fazer uma reflexão coletiva sobre como a abordagem da entrevista com as mulheres idosas controlou e sugestionou a elaboração das diretrizes, ou seja, um modelo de pesquisa em que tem como propósito captar conhecimento e objetivos (GIL, 2010).

O questionário abordado com base em um experimento, em que os indivíduos que apesar de ser um número restrito de entrevistados, o objetivo é de ver a compreensão das diretrizes e analisar se tais profissionais verificam a possibilidades de aplicação, bem como ver se o raciocínio pode vir a beneficiar o desenvolvimento do produto voltado para as idosas. Seguindo a metodologia indicada por Bauer e

Gaskell (2017), as entrevistas aconteceram em ordem individual, para que as opiniões não sejam influenciadas caso fossem aplicadas em grupos, poderia haver respostas que contaminassem a pesquisa.

Existiam dados em que o entrevistado não consegue expressar por palavras, portanto, neste procedimento foi utilizada uma ferramenta de apoio para as entrevistas apenas com as idosas, a fim de que se possa coletar em imagens características de como se vestem, como suas vestes rotineiras se apresentam em seu corpo, atentando a como é a relação do vestuário com a entrevistada, bem como analisar fisicamente o comportamento da veste com os aspectos físicos e fisiológicos.

Os registros fotográficos não invalidaram o questionário, trata-se apenas de um subsídio para amparar os relatos que serão expressos por palavras, pois, é um “registro restrito, mas poderoso das ações temporais e de acontecimentos reais” (LOIZOS, 2015), é uma informação imagética.

Para o indivíduo foi comunicado que haveria os registros de imagem, a fim de verificar como a peça de vestuário rotineira se comporta em relação a posição sentada, em pé e em movimento, todos os registros foram realizados com o corpo da mulher registrada de modo relaxado, apresentando a realidade corporal no dia a dia.

As entrevistadas foram informadas que seus rostos seriam encobertos para fins de resguardar sua identidade e não haver indução de julgamento por parte do leitor.

6. Resultados

Para a primeira etapa desta pesquisa foram elaboradas entrevistas semiestruturadas com três grupos de indivíduos, para tanto o primeiro grupo a ser entrevistado constou de psicólogos que tem como intuito levantar quais são suas constatações sobre o idoso, para tanto, procurou-se por profissionais que atuam com atendimento do público em questão, assim, como parâmetros foram entrevistados dois psicólogos, esta entrevista serviu como subsidio também, para utilizar dos termos

adequados e cabíveis ao tratar da figura idosa, o questionário (Anexo 2) foi aplicado pessoalmente com os áudios gravados.

O segundo grupo tratou de abordar os especialistas na área médica, geriatras, neste grupo a intenção foi captar informações pertinentes sobre os aspectos fisiológicos, o envelhecer, patologias e os idosos do futuro, o questionário foi aplicado também pessoalmente com áudios gravados.

O terceiro grupo foram entrevistadas as idosas que compuseram a maior parte do grupo entrevistado, foi composto por mulheres na faixa média de idade entre 65 a 75 anos, residentes no interior do estado de São Paulo, maior parte entrevistada em suas residências, por ser um local que as deixava mais confortáveis, toda a entrevista foi gravada, com o consentimento das mulheres, houve registro fotográfico também com o consentimento dado, a entrevista retornou com informações pertinentes para a criação da base da diretriz projetual, como também alimentou os resultados sobre conhecimento do público idoso feminino.

E o quarto grupo serão entrevistados na segunda parte, este será composto pelos designers de moda, que através da metodologia de pesquisa-ação, além de analisar os dados dos grupos que fora entrevistado anteriormente, também serão a parte que contribuirá para apurar e viabilizar a diretriz metodológica para o desenvolvimento de produto que possa atender ao objeto de estudo.

6.1 Entrevista com psicólogos

Foi aplicado um questionário (Apêndice 1) com dois psicólogos que atendem ao público idoso e são especialistas nestes indivíduos, foram indagados sobre os comportamentos e atitudes que observam em suas pacientes idosas. O primeiro psicólogo abordado é também professor universitário que abordou em uma das disciplinas do curso de psicologia idosos, além de fazer atendimentos clínicos; a outra profissional é uma psicóloga que trabalha em instituição que acolhe idosos e possui sua clínica também.

Os entrevistados apresentaram as seguintes constatações:

- A mulher é o indivíduo que procura por terapia com mais presteza, possui poucos apelos menos dotados de pré-juízos em do que o homem, que tem uma posição mais de rejeição ao atendimento terapêutico.
- Por parte das mulheres não há uma visão de que o fim da vida é algo associado a velhice, tanto que acreditam que um dos fatores que apontam para afirmar tal ponto de vista é que muitas dessas mulheres fazem planos para o futuro, almejando realizar sonhos ou traçam objetivos a curto e médio prazo.
- Ambos acordaram que o idoso institucionalizado é mais comprometido, por não ter o convívio em sociedade e acaba sendo mais restrito, o que pode atrasar o desenvolvimento psicossocial.
- A idosa atual tem projetos pessoais, tem novas propostas de vida, em virtude da expectativa de vida.
- A velhice é um problema relacionado a vaidade, o aspecto visual é um dos fatores que pesam para a mulher.

Diante destes relatos pode-se elencar pontos que deveria ser atentado no questionário aplicado às idosas, nas entrevistas com os psicólogos foi importante adquirir posições e tomar ciência de como poderia atentar a alguns fatores que as mulheres pudessem responder.

O envelhecer é um ponto de conflito, pois, o indivíduo pode acometer alguns comportamentos com dualidade, como o caso da autonomia versus o cuidado/zelo e a autoafirmação versus o vitimismo, para a mulher esses fatores contribuem para com a qualidade de vida seja saudável ou dotada de um aparato pobre.

Evidenciando mais sobre os aspectos da vaidade, um dos terapeutas entrevistados levantou que a aparência envelhecida tem um peso maior para a mulher do que para o homem. Isso está diretamente relacionado a projeção do vestuário, pois, em decorrência dos parâmetros culturais e de criação parental, a idosa pode se enxergar não pertencente e apropriada para uso de algumas peças de vestuário principalmente em público. Faz com que a idosa aceite o estereótipo correlacionados

idade sendo condescendente com o que é apropriado ou não, seguindo seu repertório, ou seja, uma mulher passa a não usar determinadas peças de vestuário por não achar condizente com sua idade, como um short, saias curtas, *cropped* ou mesmo decotes.

Esse ponto de vista pode ser confirmado nas entrevistas com as mulheres que se encontram na faixa dos 65 a 75 anos, que em sua maioria condenam os trajes 'inapropriados' usado por outras mulheres que tenham idade semelhante ou aproximada à delas. Regras criadas que possuem fundamentos apenas por uma cultura mais conservadora e tradicional.

Um outro ponto que os profissionais foram divergentes foi quanto a afirmação a respeito da nomenclatura relacionada as fases do idoso, um dos profissionais levanta que tal divisão é desnecessária, para a outra profissional as fases do idoso fazem sentido se observarmos que por comparação das faixas de idade, os discursos e atitudes podem ser diferentes.

Cabe neste momento ressaltar o super idoso que aqui utiliza-se o termo não como o empregado pela "lei 13.466/2017, criou-se o "super idoso", idosos acima de 80 anos, que em razão da idade, mais avançada em relação aos demais, necessitam de prioridades" (Sousa, 2017), o termo foi utilizado por um dos profissionais para enquadrar a imagem dos indivíduos que tem propagado como pessoas saudáveis fisicamente, dinâmicas e independentes, sob essa figura de idoso foi salientado que se trata de um número pouco expressivo.

Portanto, com os dados levantados com os psicólogos pode-se atentar a pontos que deverão ser notados nas entrevistas com as mulheres idosas:

- Vaidade
- Engajamento social
- Conflitos no envelhecer (autonomia x comportamento de vítima)
- Cultura de educação
- Rede de apoio
- Projeto de vida

Com a definição de tais pontos, houve a necessidade de obter o ponto de vista sobre as da idosa sob a ótica médica, que apresentou dados significativos que contrapõem alguns pontos levantados na literatura e outros que fortalece até mesmo os dados dos psicólogos.

6.2 Entrevista com médicos

Um fator que cabe maior destaque se trata dos aspectos culturais dos indivíduos, que influenciam de modo expressivo todas as atuações e tomadas de decisão, seguem os pontos em que o cultural incide:

- Autonomia
- Procura por atendimento geriátrico
- Pertencimento à faixa idosa

Estes pontos se relacionam com a cultura educacional levantada anteriormente, aqueles que possuem um fator social mais elevado se enxergam com disposição e com uma trajetória de vida longa, enquanto um nível sociocultural mais baixo já faz com que o indivíduo se note com idade avançada e passe a se enquadrar no grupo da Terceira Idade.

Quanto a procura por atendimento geriátrico, o entrevistado denota que há um índice de pacientes que tem procurado pela especialidade da geriatria, para poder compreender melhor o envelhecimento e assim solicita auxílio para um envelhecer mais saudável. E neste ponto foi atentado para um fator futuro que vamos notar uma longevidade com relação aos fatores físicos, porém, com pontos negativos quanto aos aspectos emocionais.

Quanto a mulher em específico o entrevistado salientou que elas possuem mais sensibilidade quanto ao que se interpreta a leitura do seu corpo, há uma melhor interpretação sobre o que se sente. Pode ser este o fator que também impulse a mulher a buscar por tratamentos não somente médicos, mas terapêuticos também.

Porém, foi proferido que pode ser que no decorrer do tempo, por mudanças culturais poderá ser visto homens atentando melhor aos seus sentidos e sentimentos.

Um outro fator que influenciou para restringir o grupo de mulheres a serem entrevistadas é a condição de que parte dos indivíduos que procuram por atendimento geriátrico atualmente estão na faixa dos 75 a 85 anos, e com estado mais debilitado, sendo esta faixa posterior a que está sendo abordada neste trabalho.

Para concluir com as entrevistas feitas com os profissionais especializados em idosos, pode-se notar que em maior parte dos âmbitos discutidos há uma série de adaptações, ou seja, mesmo que sem alarmantes e urgentes medidas para a inclusão do idoso, conforme demanda as atitudes vão sendo tomadas.

Ou seja, vai se adequando, porém, um questionamento suscitou-se que é, porque não antecipar os possíveis prognósticos das necessidades dos idosos, ao invés de caminhar de acordo com as urgências, pode se crer que mais indivíduos seriam beneficiados e não passariam por série de desconfortos sociais, físicos e emocionais.

Para tanto nas entrevistas com as mulheres, todos os pontos levantados foram condicionantes para ser atendado nas respostas, pois, assim poderá ser uma fonte com a qual analisar as inclinações e as perspectivas que as entrevistadas terão ao serem questionadas sobre os temas: envelhecimento e moda.

6.3 Entrevista com mulheres idosas

Este era um dos pontos mais aguardados para coleta de dados, pois, com todas as entrevistas sendo feitas pessoalmente, com áudios gravados, pode-se captar muitos elementos e aspectos que possuem concordância mais que direta com as informações levantadas pelos profissionais.

Foram ouvidas 22 mulheres que estavam na faixa do 65 a 75 anos residentes das cidades de Bauru e Ilha Solteira (ambas do interior do estado de São Paulo⁵), sendo que parte destas mulheres são dotadas de autonomia de suas vidas, enquanto a outra parcela possui uma vivência com instituições denominadas “Clínica Dia”, seria um local que o indivíduo passa o seu dia desempenhando atividades recreativas e de sociabilidade com outros indivíduos da mesma faixa etária e bem como alguns profissionais da área da saúde, que estão nestes locais para dar assistência à estes idosos.

A entrevista teve como intenção captar informações que levassem a saber qual a relação da idosa atual com o envelhecimento e sobre o papel da Moda em suas vidas, tais apontamentos foram registrados em áudios, feitos com total transparência de que estavam sendo gravadas, feitas em ambientes que as deixassem confortáveis. As entrevistas aconteceram em locais variados, que compreende por: casas das entrevistadas, Clínica Dia, Universidade Aberta a Terceira Idade (Unisagrado – Bauru).

As perguntas foram semiestruturadas, ou seja, quando foram necessários maiores esclarecimentos sobre as respostas, novas perguntas foram levantadas a fim de indagar apenas a respeito do que fora falado. O questionário (Apêndice 1) possui dois blocos distintos, o que perguntou sobre o envelhecimento, trata da vivência e os pontos de observação sobre como tem acontecido em suas vidas, e o que perguntou sobre vestuário e Moda, como estas mulheres viam o papel destes fatores nas suas opiniões, no seu trajar e pontos de vista.

Assim, cabe salientar que as mulheres da faixa etária compreendida acabaram por apresentar visões semelhantes, em que afirmam que envelhecer não é um problema, que foi de forma natural se ver envelhecendo e que não há uma pressão da sociedade para se manterem jovens.

⁵ A seleção das duas cidades se deu por Bauru ser uma das 20 maiores cidades do estado de São Paulo (ESCOLA EDUCAÇÃO, 2021), e Ilha Solteira por ter 50,6% de índice de envelhecimento (POPULAÇÃO, 2021).

Quando indagadas sobre as adaptações que fizeram em suas vidas em decorrência do envelhecimento, viu-se um ponto proferido por um dos profissionais da psicologia que são ações de autoafirmação, em sua maioria ligadas a exercícios físicos em decorrência de fatores que vivenciaram em sua fase juvenil e adulta.

Um outro ponto a ser denotado também é que como boa parte são de viúvas, muitas delas estão encontrando meios para ocuparem seus cotidianos ou do que fazer com a sua vida solo, para algumas pode ser vista como 'liberdade', para outras como um rearranjo necessário para condicionarem seus dias.

As entrevistadas foram questionadas também sobre conforto, como houve receio por parte da pesquisadora que aplicou o questionário sobre como abordar o assunto de modo que ficasse objetivo, coube portanto procurar por métodos de perguntas de questionários sobre conforto, assim, para esta finalidade foi adotado como exemplo de questionário, o que a pesquisadora Maffei (2010) desenvolveu em sua dissertação de mestrado que configurou seu questionário para saber informações de conforto dos portadores de deficiência, houve sucesso na implantação obtendo a seguinte constatação: e em sua maioria tanto da parte superior quanto inferior de peça de vestuário, apresentam pontos que esteticamente não são bem desenvolvidos, como no caso dos zíperes, punhos, modelagens, tecidos (estampados) e largura da barra das calças.

Outro fator que coube destaque é de a maioria das entrevistadas optam como preferência os tecidos que sejam peso médio a pesado (como jeans, brins, sarjas e linhos), mas apesar da maioria estarem vestidas com peças feitas em matérias primas em malhas ou elásticos, pode-se levar a acreditar que adquirem as peças por conforto que as malhas oferecem, mas sentem a necessidade de peças que atendam as suas expectativas.

Além disso, todas as entrevistadas quando questionadas se encontram com facilidade peças de vestuário, deram respostas negativas, o que salienta ainda mais a importância desta pesquisa para que o mercado possa analisar melhor este público e compreender suas necessidades.

Foram apresentadas também imagens de mulheres trajando os mais diversos tipos de peças de vestuário, que compreendem aos aspectos estilísticos que se tem por base: romântico, moderno, tradicional, criativo, sexy, esportivo e contemporâneo.

A intenção não foi diagnosticar qual o estilo predominante que tais mulheres se enquadram, mas sim comparar todas as afirmações relatadas nas perguntas anteriores, e analisar as escolhas que cada uma fez quando indagadas sobre qual das imagens representava como se vestiam e qual das imagens representavam como gostariam de se vestir.

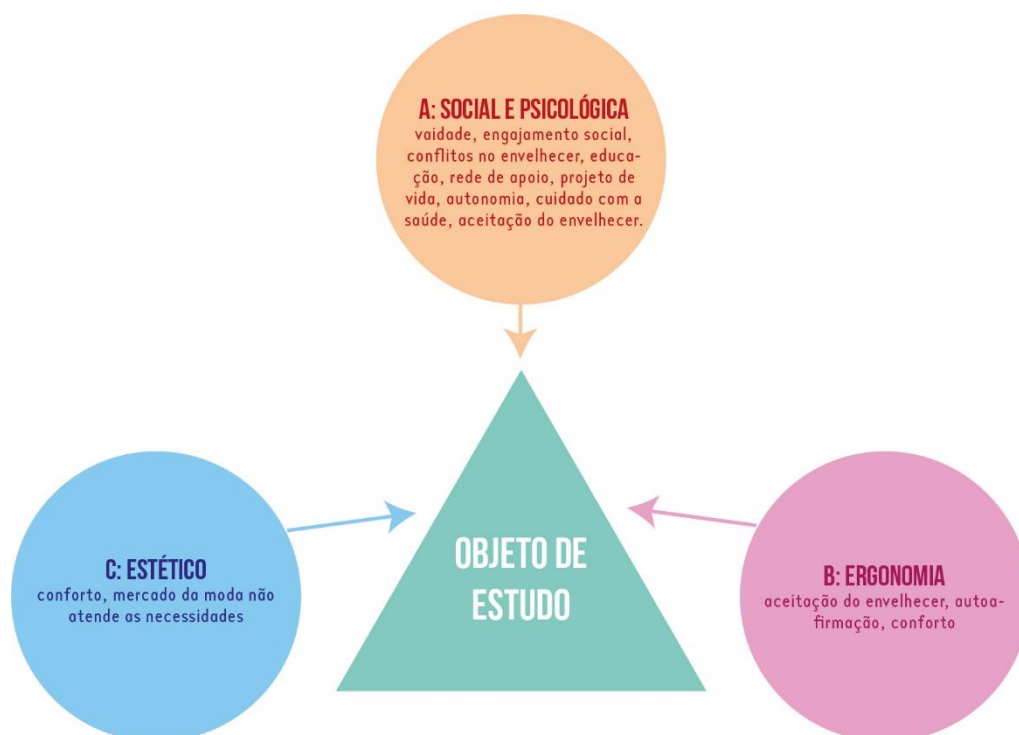
Nestas duas perguntas a intenção foi de conhecer quais seriam as necessidades que estavam sendo atendidas e quais ainda não estavam, pois, boa parte das entrevistadas apontaram por vestuários diferentes das imagens que representavam como costumeiramente se trajam.

As primeiras constatações acerca das informações relatadas pelos três primeiros grupos de entrevistados, serviram de base para definições de diretrizes que serão levadas para o último grupo de entrevistados que serão os designers de moda, pois, com os apontamentos dos entrevistados pode-se delinear os pontos que correlacionam com o processo de desenvolvimento de produtos, para então apresentar aos designers de moda a proposta da diretriz projetual, para tanto, utilizando-se da tabulação de triangulação de dados pois, por ser uma pesquisa qualitativa esta ferramenta é utilizada quando precisa apresentar as informações que são levantadas por diferentes ângulos, de acordo com Yin (2001):

o uso de várias fontes de evidências nos estudos de caso permite que o pesquisador dedique-se a uma ampla diversidade de questões históricas, comportamentais e de atitudes. A vantagem mais importante, no entanto, é o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação, um processo de triangulação (...). Assim, qualquer descoberta ou conclusão em um estudo de caso provavelmente será muito mais convincente e acurada se se basear em várias fontes distintas de informação, obedecendo a um estudo corroborativo de pesquisa (YIN, 2001, p. 121).

Assim, esse modo apresenta um detalhamento a respeito do fenômeno estudado, neste trabalho a escolha por tal método se deu pela diversidade de fontes e com pontos de vista que proporcionariam uma descrição mais detalhada sobre o

objeto de estudo, na figura pode-se notar as ideias convergentes sobre os dados coletados.



Conforme a figura apresenta três vértices que foram resultantes das entrevistas dos três primeiros grupos, o vértice A teve como objetivo levantar os perfis sociológico e psicológico das mulheres idosas, para com isso confrontar com as informações que seriam coletadas das entrevistadas, a coleta de todos os dados aconteceu presencialmente, foram todos gravados com a anuência de todos os entrevistados, os vértices B e C são as informações coletadas das mulheres idosas a análise dos dados consolidou o vértice A. Para a análise dos vértices foram baseadas em Martins (2019), Goldenberg (2011), Fisk (1993), Blaikie (1993), Montagna e Carvalho (2016), Carvalho, Montagna e Moraes (2016), para avaliar as respostas com os dados já previstos pelos autores citados.

6.4 Entrevista com designers

O procedimento da entrevista com os designers se deu após a elaboração prévia da diretriz projetual, que levou em consideração os tópicos abordados na revisão literária e as entrevistas com as mulheres, médicos e psicólogos.

Para tanto, cabe explicar como foi elaborada a diretriz e as considerações dadas pelos designers e para haver melhor explicação será dissertado no próximo capítulo a diretriz e as considerações dos profissionais.

Assim, para melhor compreensão para a etapa avaliativa da diretriz foi enviada a proposição inicial para 6 designers, havendo retorno de 5, sendo uma designer na área de produtos com enfoque na ergonomia e as demais formadas em Design de Moda e atuantes na área, todas as designers são mulheres que já trabalharam utilizando métodos de desenvolvimento de produto, encontram ainda dificuldades em desenvolver produtos com enfoque na inclusão, uma das designers atua em indústria no ramo *fast fashion* e acredita que um projeto com orientação auxilia muito a elaborar produtos de vestuário que não comprometa o usuário pelo aspecto físico.

A entrevista foi feita por e-mail, com o envio do questionário, o Termo de Livre Consentimento Esclarecido e a prévia da diretriz em formato PDF. Com o retorno das entrevistadas pode-se elaborar a diretriz com as devidas correções e inclusões necessárias acatadas pela pesquisadora.

Ao fim desta etapa, conseguiu-se elucidar a estrutura que a diretriz deveria tomar, seria um olhar para a mulher idosa sob as seguintes óticas: social, psicológica, ergonômica e estética.

7. Discussão - Diretriz projetual dos produtos Ageless

A diretriz projetual recebeu a nomenclatura Ageless por ser um termo como abordado no tópico 1.5, que significa 'sem idade', pois, acredita-se que as mulheres não são restritas as suas idades cronológicas, e sim por suas construções de repertórios: sociais, culturais e psicológicas.

Para apresentar as etapas projetuais foi necessário eleger uma forma que se adapta-se ao cotidiano do designer de moda, e que pudesse auxiliar fomentar sua criatividade, para tanto, foi elaborado um *planner* para as anotações e desenvolvimento das criações (exemplo de algumas páginas na figura 14), cards com orientações para desenvolvimento das etapas presentes no *planner* (exemplo de alguns na figura 15), e uma placa transparente com o desenho do croqui (o mesmo que consta dentro do *planner*) como apresentado na figura 16, neste desenho há os pontos que o designer deve atentar no desenvolvimento das peças (com especificações detalhadas).

Figura 14: Exemplo páginas do planner

PROCEDIMENTO PARA USO DO PLANNER

Este *planner* foi elaborado para auxiliar no desenvolvimento do seu projeto de coleção, que tem como público-alvo mulheres idosas. São pontos de atenção percebidos em entrevista onde elas relataram sua relação com a moda e com suas peças de vestuário.

Este *planner* vem acompanhado de cards para que você consiga preencher parte das etapas. Cada fase foi pensada em uma ordem sistemática para que seja possível organizar todos os tópicos e ter uma base sólida para a elaboração de sua coleção.

Etapas deste *planner*:

1. Defina os pontos iniciais da sua coleção;
2. Elabore seu cronograma para o desenvolvimento total da coleção;
3. Defina a persona da sua coleção, com os cards PERSONAS - eles foram elaborados a partir de uma síntese das personalidades analisadas em entrevistas e em consonância com os núcleos geracionais de Francesco Morace (2018);
4. Análise da emoção: a coleção dos produtos de vestuário será amparada pelos recursos da emoção. Assim, utilize os tópicos para levantar quais emoções você quer que a coleção como um todo impacte em seu público (modelo de Tonetto e Costa, 2011);
5. Personalidade dos produtos: para esta fase utilize os cards PERSONALIDADE, ao todo 17. Leia com atenção os direcionamentos dados neste para que ele possa funcionar como uma ferramenta de criatividade;
6. Critérios de conforto: com base nas entrevistas, foram levantados pontos que em algum aspecto causam desconforto nas mulheres idosas. Esta fase deverá ser atendida em conformidade com o tipo de produto que irá desenvolver e pensada em conjunto com a(o) modelista. Utilize os cards CONFORTO para que possa compreender os tópicos de conforto pertinentes aos 4 pontos dos níveis relacionados às peças de vestuário;
7. Croquis: as bases de corpo foram montadas em conformidade com a análise corporal da média das mulheres idosas que compuseram a pesquisa. Para fazer a avaliação do modelo desenhado, utilize a transparência por cima do seu desenho e atente se ele interfere no conforto corporal da pessoa;
8. Após a construção das peças utilize a ficha de avaliação de conforto para cada peça elaborada e atente às instruções passadas neste tópico;
9. Análise da tarefa: este espaço é para a sua avaliação quanto a adequação das peças elaboradas em relação aos critérios levantados em todas as fases anteriores. Utilize os cards TAREFA para não esquecer nenhuma etapa.

Espero que estas instruções possa lhe ajudar a desenvolver produtos que possam ser usados com conforto e prazer pelas nossas mulheres idosas.

Chegou o momento criar a moda ageless!

PRODUTOS AGELESS

DATA _____

COMPOSIÇÃO

- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○

NECESSIDADES

- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○

CRONOGRAMA

- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____
- / _____

NÃO ESQUECER

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Fonte: Almeida (2021)

O *planner* foi desenvolvido com base nas referências da revisão literária, sendo composto pelas seguintes páginas: procedimentos para uso, delineamento dos produtos, cronograma, elaboração da persona, planejamento emocional da coleção,

personalidade dos produtos, critérios a serem atendados nos produtos, base de croqui, teste de conforto e análise da tarefa.

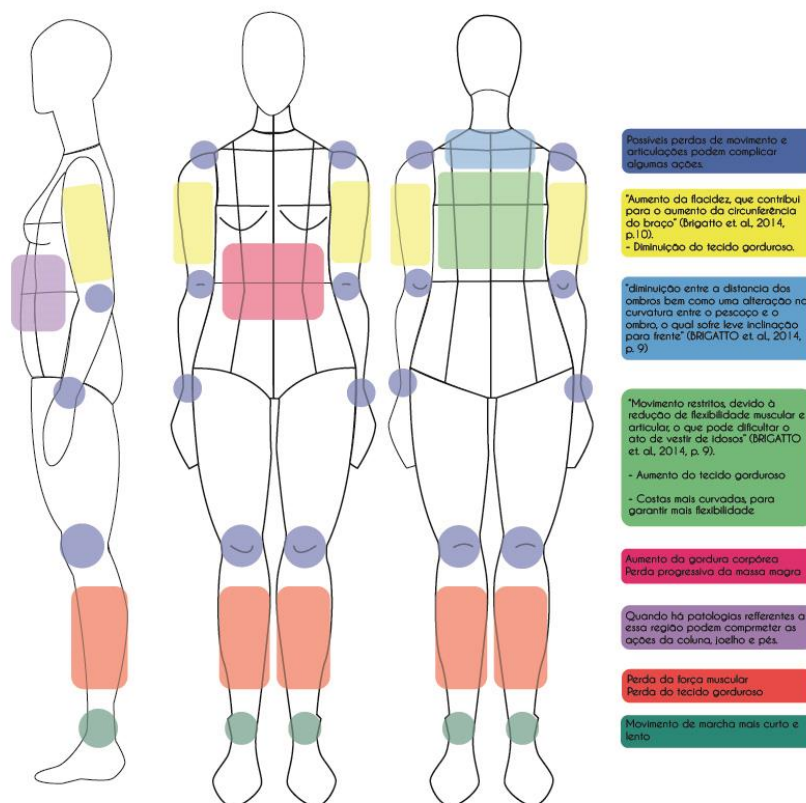
Figura 15: Exemplo dos cards



Fonte: Almeida (2021)

Os cards funcionam como uma ferramenta para que o designer consiga compreender de forma objetiva quais serão suas deduções e escolhas para planejar e desenvolver a coleção dos produtos de vestuário *Age/less*.

Figura 16: Base de análise do croqui.



Fonte: Almeida (2021)

Esta base tem como pretensão que o designer possa avaliar a peça criada, visando atender aos critérios de conforto para com o corpo da usuária. A base deverá ser impressa em superfície transparente, para facilitar o manejo.

Com o envio destas peças para as entrevistadas, deveriam após o manuseio responder ao questionário que tinha como meta levantar quais as considerações e críticas que as designers observaram no uso do *planner*, cards e do croqui na transparência.

Com a devolutiva enumera-se as considerações levantadas:

- Fazer correções no texto do procedimento de uso para que ficasse correto e objetivo, quanto ao trato de cada etapa quanto o uso dos cards da persona;
- Elaborar cards para o planejamento emocional, discriminando quais emoções o designer deve ser alvo de apreciação;
- Dar parâmetros de desconforto para os critérios a serem atentados;
- Acrescentar página para a inserção dos materiais e cores;
- Um anexo para o desenvolvimento visual em formato de painel;
- Inserção de tempo para o desenvolvimento de cada etapa do *planner*;
- Propor uma ficha técnica de produção;
- Espaço livres na etapa da personalidade dos produtos;
- Aprimorar os cards da personalidade deixando mais objetivo;
- Melhorar o aspecto visual dos cards para que se consiga distinguir melhor cada um deles.

Assim, com os apontamentos dados a diretriz foi corrigida e reelaborada para que possa atender as necessidades de desenvolvimento de produtos de vestuário Ageless.

7.1 Diretriz Finalizada

A diretriz vem para viabilizar o desenvolvimento de produtos de vestuário do designer que se encontra atuando no mercado, pois, acredita-se que as exigências para compreensão sobre o público idoso e no caso desta tese os indivíduos femininos.

A elaboração como mencionado trata-se de um *planner* impresso, com etapas que averigua como fontes essenciais para que o designer compreenda as necessidades da usuária, sua persona e atenda aos níveis de conforto físico, fisiológico e psico-estético.

Portanto, cabe apresentar e explicar o conceito de cada etapa da diretriz com a demonstração da página e os cards envolvidos.

A primeira parte trata-se de um explicativo de como o designer utilizará as ferramentas (Figura 17).

Figura 17: Procedimento para uso do *planner*



Fonte: Almeida (2021)

Esta etapa o designer deve atentar a todos os parâmetros da utilização de cada parte do *planner* e sua relação com os cards, portanto, é imprescindível que o designer leia com atenção cada item para que a compreensão seja completa, as etapas são explicadas de modo hierárquico que deve ser guiado com precisão para que se atinja todos os resultados pretendidos.

Organizando cada etapa do processo de maneira objetiva pode ajudar o designer a interpretar quais as funções de cada item da ferramenta, e por ser um

Na etapa 'Produtos *Ageless*' (Figura 18), deve-se elencar qual será a composição de peças da coleção (mix de produtos), a identificação das peças é importante, pois é um delimitador de todo desenvolvimento de produto. Nesta etapa são verificados a partir da eleição das peças a serem construídas as especificações do vestuário, trata-se dos pontos imprescindíveis que devem ser levados em consideração em relação a realidade da empresa, bem como as limitações pertinentes as peças; posteriormente há o delineamento das necessidades dos produtos, para as empresas que possui equipe de marketing há alguns apontamentos que devem ser elucidados, neste ponto cabe discriminar qual a função que os produtos da coleção deverão desempenhar.

[illegible]

Fonte: Almeida (2021)

Nos cronogramas apresentados na figura 19, são divididos em duas partes, por se tratar da realidade de muitas empresas pois, geralmente ainda se possui coleções separadas em outono/inverno e primavera/verão.

Figura 19: Cronograma

The image displays two identical 'CRONOGRAMA' (Timeline) templates side-by-side. Each template is titled 'CRONOGRAMA' in a bold, sans-serif font. Below the title, it states 'Tempo estipulado para etapa: 40min'. The template is divided into two main sections: a grid of boxes for the months of the year and a 'NOTES' section at the bottom. The left template covers the first half of the year (January to June), and the right template covers the second half (July to December). The months are arranged in a 2x3 grid. The boxes are empty, allowing for planning. The 'NOTES' section is a large rectangular area at the bottom of each template.

Fonte: Almeida (2021)

Em 'Anotações da persona' (Figura 20), trata do uso dos cards Persona, para escolha do público-alvo que definirá as características do indivíduo, a sua relação com o cenário e quais seus possíveis hábitos, neste ponto coube acrescentar um anexo ao *planner*, trata-se de um painel da persona, que o designer construirá de modo imagético todos os componentes que poderá envolver a rotina e escolhas da persona, dependendo da realidade da empresa em que será aplicada a ferramenta, pode ocorrer na escolha de duas personas, caso elas possam se complementar.

Figura 20: Anotações da Persona

The form is titled 'ANOTAÇÕES PERSONA' and includes the following sections:

- PERSONA:** A vertical list of 15 horizontal lines, each preceded by a small circle, for notes related to the persona.
- CENÁRIO:** A vertical list of 15 horizontal lines, each preceded by a small circle, for notes related to the scenario.
- IMAGEM:** A large rectangular box for drawing or notes related to the image.
- ANOTAÇÕES PERSONA:** A section containing the title, the time 'Tempo estipulado para etapa: 30min', a 'DATA:' field, and a grid of 100 small circles arranged in 10 rows and 10 columns.

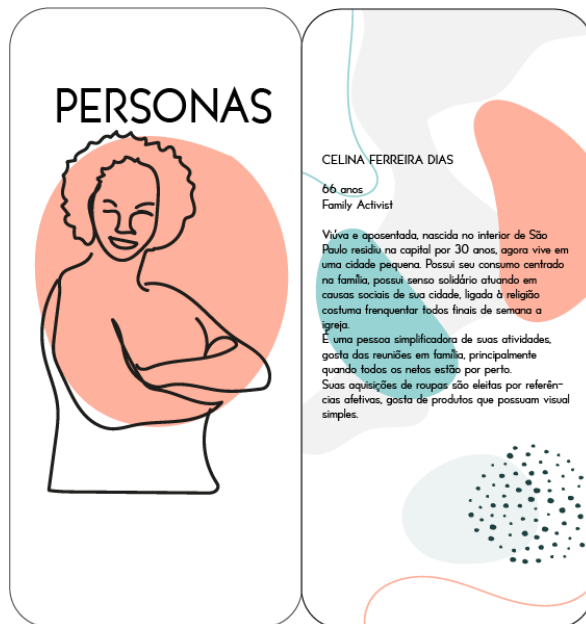
Fonte: Almeida (2021)

Cada card Persona tem o detalhamento de uma personalidade de mulheres que atende ao perfil estudado para este trabalho, eles foram construídos com base nos núcleos geracionais descritos por Morace (2018), tratam-se de definições do consumidor contemporâneo, o autor não rotula os indivíduos, é uma síntese do perfil de consumo, Borges (2018) explana que Morace possibilita que cada pessoa é a autora do seu futuro e cabe desenhar em consonância com os dilemas da vida (os sentimentos acarretados por emoções produzidas por todos os elos envolvidos no cotidiano de cada pessoa).

Foi levantado quais os perfis definidos pelo autor se enquadrariam no trabalho, tanto que em cada card é apresentada nomenclatura que Morace apresenta em sua

publicação, que são encontrados abaixo do nome da persona no card como apresenta na Figura 21.

Figura 21:Card Personas



Fonte: Almeida (2021)

Os núcleos geracionais abordados nos cards são:

- Premium Seekers – Possuem prestígio social, buscam por excelência cultural, procuram cuidar de seus corpos e do espírito, seu consumo envolve nos “luxos necessários” (Morace, 2018, p. 157), atingiram a serenidade, pois, conhece seu bem-estar como algo importante e a ser investido.
- Job Players - são aqueles que possuem planos de atividades trabalhistas, portanto, aposentadoria é algo descartável, são pessoas longevas e trabalho é a razão de suas vidas, encontram-se em novas posições profissionais.
- Family Activists – são os *baby boomers* que voltaram a ser o centro das famílias, seu consumo é ampliado e definido pela localidade. São ativos conscientes da idade que possuem, possuem como ponto central sustento material e o gerenciamento familiar.

- **Pleasure Growers** – É o grupo que procura aproveitar a vida, suas atividades envolvem hobbies, lazer, cultura e viagens são denominados como “maduros com vitalidade” (Morace, 2018, p.187).
- **Health Challengers** – Grupo dos longevos que seu consumo está relacionado a saúde, sua condição física é mais debilitada, permanecem mais em suas residências, sozinhos ou com seus parentes, possuem um quadro de limitações que abrangem seu cotidiano.

Além do uso desses perfis, foi utilizado os dados e características observadas nas entrevistas com as mulheres idosas, o que pode dar mais proximidade com a realidade da mulher que vive fora das capitais de estados brasileiros.

Assim, detendo das informações necessárias pode-se delinear os perfis das personas deste trabalho, a fim de deixar mais claro de quem se trata o usuário final a utilizar as peças que serão construídas pelos designers.

Na etapa ‘Planejamento Emocional’ (Figura 22) há o delineamento das emoções que se deseja transmitir na coleção, como referência foi aportado o estudo de Tonetto e Costa (2011) os autores apresentam no artigo os tópicos que fundamentaram a estratégia desta parte do trabalho, no *planner* são duas páginas iguais deste tópico, porque para cada grupo de produtos (na indústria denomina-se os grupos de famílias, pois, estes produtos são compostos das mesmas identidades) se determinará uma emoção.

Figura 22: Planejamento Emocional

PLANEJAMENTO EMOCIONAL

Tempo estipulado para etapa:
1h30min

EMOÇÃO PRETENDIDA	ANÁLISE DA EMOÇÃO
● _____ ○	● _____ ○
● _____ ○	● _____ ○
● _____ ○	● _____ ○
● _____ ○	● _____ ○
● _____ ○	● _____ ○
● _____ ○	● _____ ○
● _____ ○	● _____ ○

PRODUTOS	INTENÇÕES DE USO
● _____	_____
● _____	_____
● _____	_____
● _____	_____
● _____	_____

AVALIAÇÕES POTENCIAIS

SOLUÇÃO

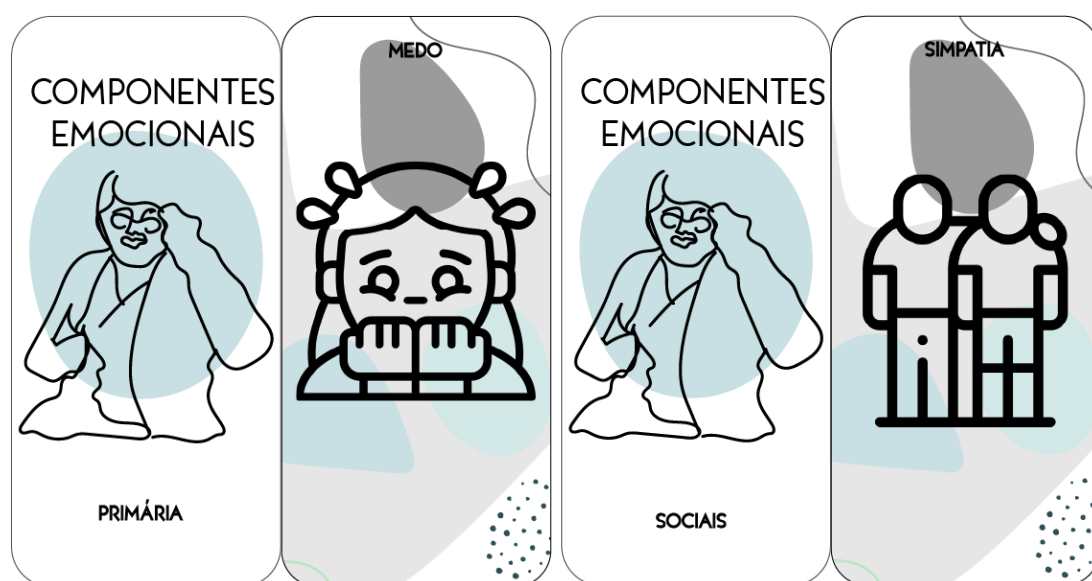
Fonte: Almeida (2021)

Para melhor compreensão cabe explicar cada parte; o primeiro item 'Emoção pretendida' consiste em elencar qual será a emoção que se pretende atingir como um todo da coleção, o designer deve nomear apenas uma emoção pretendida, em sequência no item 'Análise da emoção', a intenção deste espaço é fazer associações em palavras, para se concluir um conceito, em 'Produtos' o designer deverá elencar quais serão os produtos que possuirão o conceito emocional, em 'Intenções de uso' quais serão os valores e a forma de uso do produto, 'Avaliações potenciais' qual o sentimento que a pessoa deverá sentir ao usar o produto, e em 'Soluções' apresentar quais serão os meios e materiais para expressar os conceitos descritos nos itens anteriores.

Para auxiliar o designer em elencar quais emoções ele pode inserir em sua pretensão de coleção, há os cards 'Componentes Emocionais', que apresentam duas

categorias de emoções primárias e sociais, o designer deve escolher uma emoção que faz parte do instinto do indivíduo e a outra que corresponda ao seu envolvimento em sociedade, assim, em um grupo de produtos haverá uma emoção de cunho individual e outra de cunho social, ou seja, aquela que expressa a particularidade da pessoa e a outra na sua relação com demais pessoas.

Figura 23:Cards Componentes Emocionais



Fonte: Almeida (2021)

Na página 'Personalidade' (Figura 24) foi aplicado o estudo de Jordan (2002), através do conceito apresentado pelo autor, o designer passa a aplicar uma personalidade ao produto fazendo com que o mesmo passe a ser um objeto vivo, conferindo ao vestuário uma identidade que vai além das formas tradicionais dos fatores humanos, de apenas cumprir uma tarefa, estabelecendo um vínculo com o indivíduo mais prazeroso e íntimo.

Figura 24: Personalidade List

PERSONALIDADE LIST

Tempo estipulado para etapa: 1h

Neste espaço você designer deverá selecionar a(s) personalidade(s) que seus produtos de vestuário deverão ter, este momento poderá auxiliar sua criatividade e definir quais emoções quer que os produtos transmitam ao seu consumidor.

Assim, com os cards de personalidade em mãos veja cada um deles, após a visualização imagine seus produtos como um objetos vivos (pessoas). Escolha qual(is) tipo(s) de personalidade(s) terá relação com as pessoas.

Nos campos abaixo, liste a(s) personalidade(s) escolhida(s), após esse exercício liste como poderia explorar em aspectos tangíveis e reais nos produtos. Considere formas, silhuetas, tecidos, texturas, estampas, cores, modelagem, costura, beneficiamento e acabamentos.

DIMENSÃO DA PERSONALIDADE	DIMENSÃO DA PERSONALIDADE ANTAGONISTA
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐



Fonte: Almeida (2021)

Para esta fase há os cards de Personalidade (Figura 25), que compõem as dimensões da personalidade elucidadas por Jordan (2002) em sua publicação, trata-se de descritores e seus antagonistas, a fim de que se possa identificar a composição das dimensões. O designer deve anotar no *planner* as palavras chaves que definem o descritor (coluna da direita) e seu antagonista (coluna da esquerda), para que se possa fazer uma reflexão das dimensões que poderão ser aplicadas ao produto.

Figura 25: Card Personalidade



Fonte: Almeida (2021)

Nesta parte o profissional deverá pegar o anexo incorporado ao *planner* que é o painel semântico, para tornar viável todos os aspectos descritos em palavras para o aspecto visual, através de imagens que retratem os pontos estilísticos, formas, cores, texturas, silhuetas e materiais.

No item 'Critérios a serem atentados' (Figura 26), o designer tem uma tabela com vários pontos discriminados que foram elencados pelas entrevistadas como partes críticas que encontram em seus vestuários, e que enxergam como não resolvidos ainda. Nesta tabela serve como orientação ao designer não havendo necessidade de escolher ou preencher qualquer campo. Esta página foi inspirada no trabalho de Maffei (2010), adaptando o questionário usado pela autora às exigências deste trabalho. Assim, são relatadas preocupações com as partes superiores e inferiores de cada peça separadamente.

Figura 26: Critérios a serem atentados

CRITÉRIOS A SEREM ATENTADOS

Quanto ao desenvolvimento das peças com base em pesquisa, várias mulheres relataram que os pontos a seguir as incomodam dependendo da forma como são utilizados na construção da peça, assim, avalie em conjunto com a(o) modelista a melhor forma de ser inserido em sua(s) peça(s).

Com relação às vestimentas para a parte superior do corpo, itens a serem atentados de desconforto ☐ o tecido ☐ a modelagem ☐ estampas ☐ costuras ☐ acabamentos ☐ beneficiamento
Quanto a modelagem das vestimentas para a parte superior do corpo, itens a serem atentados ☐ a cava frente ☐ a cava costa ☐ o punho ☐ comprimento costas ☐ comprimento frente ☐ a largura da cintura ☐ a largura das mangas ☐ a largura da barra (abertura) ☐ decote
Quanto aos acessórios das vestimentas da parte superior, itens que devem ser atendidos quanto ao conforto ☐ zíper ☐ bolsos ☐ botões ☐ elástico ☐ punhos
Com relação às vestimentas para a parte inferior do corpo, itens a serem atentados de desconforto ☐ o tecido ☐ a modelagem ☐ estampas ☐ costuras ☐ acabamentos ☐ beneficiamento
Quanto a modelagem das vestimentas para a parte inferior do corpo, itens a serem atentados ☐ o gancho ☐ o cós ☐ a largura do quadril ☐ a largura das pernas ☐ a largura da barra (abertura)
Quanto aos acessórios das vestimentas da parte inferior, itens que devem ser atendidos quanto ao conforto ☐ zíper ☐ bolsos ☐ apliques ☐ botões ☐ elástico ☐ punhos

Fonte: Almeida (2021)

Na página “Croqui” se dá a criação das peças utilizando um molde de croqui, o croqui foi desenvolvido pela pesquisadora, que utilizou a proposta dos cânones de proporção corporal, e análise corporal das entrevistadas (Figura 27) através das fotos tiradas na entrevista, pode-se observar pontos em comum como saliência abdominal, largura de cintura, proporção do quadril e coxas, largura dos braços, glúteo mais baixo e leve inclinação da coluna para frente. Todos os pontos foram aderidos ao desenho final do croqui (Figura 28).

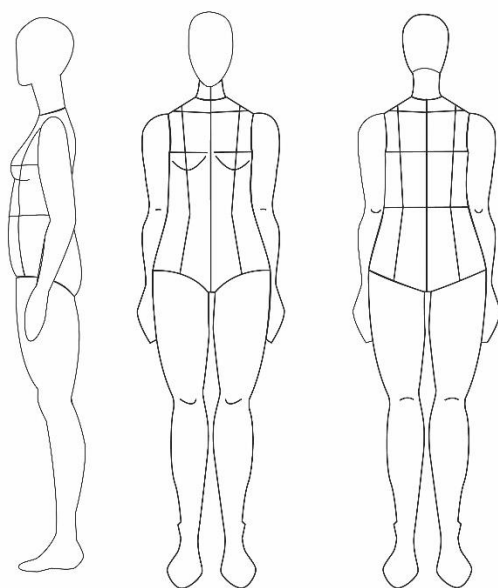
Figura 27: Fotos das entrevistadas



Fonte: Almeida (2019)

Figura 28: Croqui

CROQUIS



Fonte: Almeida (2021)

Para avaliação desta etapa do designer deverá utilizar a placa transparente com o croqui impresso, que possui demarcações dos pontos que se deve atentar para que não inviabilize o produto. Nesta transparência há os apontamentos dos autores estudados do porquê os reflexos podem ser negativos quando o usuário utilizar a peça.

Ao definir uma diretriz do projeto, algumas etapas devem ser construídas para atingir um objetivo, no caso deste trabalho na etapa 'Teste conforto', é definir as etapas para desenvolver um artefato de vestuário que abranja os critérios de conforto para o público de mulheres idosas, para esse fim, para isso através de um grupo de foco, que procura compreender os pensamentos e emoções que externalização de quais são as necessidades e desejos (POMMER E POMMER, 2014), que para Pazmino (2015) necessidades expressa a realidade e desejos de consumo.

O conforto no interior da orientação elaborada entra como um fator analisados nas entrevistas e subsequentemente aplicada na fase de análise da qualidade, isto é, um indicador de avaliação. Com base no que foi levantada nas bases teóricas, os quatro pontos avaliativos podem ser entendidos: termo fisiológico, toque sensorial, ergonômico e psico-estético. Incorporando este método de avaliação, o projeto foi baseado na aplicação de March e Smith Design Research Methodology (DRESH et. al., 2015), que classifica este passo como "Instanciações", isto é, que o artefato que está sendo executado em seu cenário real, porque, neste cenário que a sua viabilidade e eficácia são mostrados, com a intenção da diretriz para orientar a aplicação nas indústrias, vários fatores devem ser adicionados como o contexto econômico, usabilidade, competitividade no mercado e inserção no mercado.

A aplicação no projeto deve ocorrer da seguinte maneira:

1. Lista de verificação de viabilidade de uso;
2. Investigação do contexto econômico de mercado;
3. Avaliação de pontos fortes e fracos (produto e contexto econômico);
4. Aplicação de uma matriz de decisão.

Depois o processo de avaliação da qualidade, o artefato vai para o fator que conclui que são as “proposições”, porque, através dos dados coletados, é possível construir uma base de modo que as soluções podem ser revisitados para problemas posteriores (DRESH et. al., 2015).

O uso de metodologia de grupo focal é usado em ciências sociais, fornecendo acesso a participantes em que própria língua, estimulando a produção de mais um articulado atributos, identificando algumas considerações importantes, conceitos e preocupações.

Para a criação do grupo focal, foram selecionadas 11 mulheres de 65 a 70 anos de idade (as mesmas mulheres que responderam ao questionário) e teve como intenção capturar as informações que levariam a conhecer a relação da idosa com o envelhecimento e o papel da Moda em suas vidas. O uso de grupos focais, também pretende destacar as dificuldades sentidas pelo grupo em vestir e despir as suas roupas, e ofereceu a oportunidade de observar a sua prece sessões sobre o conforto de suas roupas. Para isso, surgiu a necessidade de criar uma grade de avaliação de conforto, apresentada na Tabela 12.

Tabela 8: Teste de conforto dos produtos Ageless.

Idade: _____ Nome: _____			Data: ____/____/____		Temperatura: _____ Legenda temperatura: 1 2 3 4 5		
Critério de conforto			peça 1	peça 2	peça 3	Peça 4	Peça 5
Tecido/ Malha	Toque	Natural					
		Artificial/ Sintético					
		Suavidade					
		Rugosidade					
		Toque quente					
		Toque frio					
		Duro					
		Flexível					
		Apertado/Encorpado					
		Fluido					
	Elast.	Elasticidade do tecido					
Vestário	Peso	Leve					
		Pesado					
	Ergonômico	Modelagem					
		Modelagem ajustada pelo corpo					
		Facilidade de movimento					
		Facilidade em vestir / despir					
	Térmico	Facilidade em fechar / abotoar					
		Conforto da costura					
		Adequação às condições climáticas					
		Frescor					
		Absorção de suor					
	Palco estético	Proteção ao frio					
		Permeabilidade do ar					
		Cor das tendências da moda					
		Estampa / Padrão nas tendências da moda					
		Peça de design (diferenciada)					
		Durabilidade / aparência de novos					
		Qualidade do ajuste					
		Satisfação no uso					
		Segurança no uso					
	Total	Taxa de Avaliação de Conforto					

Tempo estimado para análise de cada peça: 30 min.

Legenda de pontuação de usabilidade:
Muito Insatisfatório Muito Satisfatório

1 2 3 4 5

Fonte: Almeida, Broega e Menezes (2020)

Os parâmetros avaliados nesta tabela originado a partir da pesquisa realizada na revisão literária, usa a 5 -ponto Escala Likert, representado por humor pequenos rostos, variando de muito insatisfatório (0) para muito satisfatório (5). Uma pequena escala de clima também é aplicada durante as avaliações. O público-alvo sem muita explicação entende facilmente esse tipo de balança, por meio de pictogramas.

A etapa de 'Teste de conforto' é composta por várias páginas para que possa ter um número de campos necessário para avaliar a coleção inteira.

Figura 29: Análise da tarefa

[illegible]

Assim, conforme recomendações das designers entrevistadas, foram feitas as inserções e correções, a fim de atender a uma das solicitações, que era de desenvolver

Figura 30: Ficha técnica

Fonte: Almeida (2021)

8. Considerações Finais

O projeto possuiu como meta desenvolver um processo que pudesse auxiliar o designer a desenvolver um produto de vestuário que atendesse as necessidades do público feminino idoso, acredita-se que corroborando a hipótese de que diretrizes que faça com que o profissional que cria peças retorne seu ponto de vista para o indivíduo que utilizará o produto.

Conforme abordado na metodologia do Design Science Research que o resultado deve ser objeto aplicável, que venha para facilitar e tornar compreensível seu uso, com o levantamento nas entrevistas com as designers averigou-se que a diretriz pode ser introduzida no cotidiano do desenvolvimento de coleções de uma empresa de pequeno a grande porte.

Os objetivos lançados neste trabalho foram sendo apontados e atingidos em cada tópico dissertado, o que foi fortalecendo a compreensão dos meios necessários para que a diretriz fosse possível de ser construída, cada autor estudado foi delineando o projeto e inserindo apontamentos críticos e científicos.

Portanto, cabe elucidar algumas conclusões em referência a todo aparato deste estudo, a primeira a ser levantada é que as mulheres conforme vão envelhecendo passam a não ser considerada como um público potencial para a moda, alguns movimentos de mudança já são vistos e apresentados no campo da publicidade. Quando questionadas nas entrevistas sobre como a moda atende em questão de modelagem, estética da peça e conforto, as mulheres abordadas trouxeram a reflexão de que há pontos críticos que não foram solucionados, isso impulsionou a pesquisadora a encontrar uma forma de que colocasse o público como ponto central da discussão.

Assim, a diretriz projetada faz com que o designer não desvincule em nenhum momento do indivíduo estudado, cada etapa foi pensada para que as escolhas fossem definidas por rigores científicos, ou seja, fazer com que o raciocínio científico fizesse parte do meio industrial, auxiliando também a entender que o observar a persona é imprescindível para compor todo processo.

Uma segunda conclusão levantada é o quanto envolver o processo de análise do conforto satisfaz um produto com bom design, a mulher idosa precisa que o vestuário forneça a proteção de seu corpo, como também lhe ofereça o conforto psicofísico, pois, esse é código social que faz com que sua interação com outros indivíduos seja mais prazerosa.

A terceira conclusão que se levanta é que quando se desenvolve uma diretriz projetual, esta deve ser didática também, então quando se tem o retorno da designer que se trata de um objeto que precisa para seu cotidiano profissional, fomenta mais ainda a ideia de que algo tangível e que seja um agente criativo verifica que se pode corroborar os apontamentos da viabilidade, das hipóteses e dos critérios levantados ao início desta tese.

Algumas lacunas surgiram ao final deste trabalho, como o processo de possíveis estudos das cores para o público idoso, visto que mácula ocular muda no envelhecimento, desenvolver uma forma de captar o retorno do consumidor quando o produto for vendido, aprofundar mais o espectro do estudo das emoções para o público em questão.

Uma lacuna que fica é a realização de mais testes com a diretriz, podendo ser em ambiente didático quanto em ambiente empresarial, para poder registrar melhor o uso do tempo determinado em cada etapa, a resposta criativa com a ferramenta e as avaliações práticas de conforto.

Uma possibilidade futura para este trabalho seria tornar possível em formato digital, visto que alguns designers têm a preferência por este meio, por ser uma forma de arquivar e deixar fácil acesso para todos na empresa, tanto que para a ficha técnica haverá a possibilidade de elaborar manualmente quanto digitalmente, pois, a ficha possui o link por QR-code para poder baixar a ficha que está em formato de tabela de Excel.

9. Referências

- 9050, ABNT NBR. (2004). *Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos*. Rio de Janeiro: ABNT.
- Aboim, S. (2014). Narrativas do envelhecimento: Ser velho na sociedade contemporânea. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, 26(1), 207-232.
- Alqueres, J. L. (Diretor). (2011). *Só as empresas podem viabilizar a sustentabilidade* [Filme Cinematográfico].
- Angus, A., & Westbrook, G. (2019). *As 10 principais tendências globais de consumo 2019*. Euromonitor, Londres.
- Ashton, M. S., Antonioli, P. R., & Fetter, T. (2013). Gestão do turismo para todos: Sensibilização por meio de registro fotográfico da acessibilidade turística no centro de Novo Hamburgo, RS. Em D. Schreiber, & D. Schreiber (Ed.), *Inovação e Aprendizagem Organizacional* (pp. 513-530). Novo Hamburgo: Feevale.
- Barros, M. M. (2004). Envelhecimento, cultura e transformações sociais. Em L. Py, J. L. Pacheco, J. L. Sá, & S. N. Goldeman (Eds.), *Tempo de envelhecer - Percursos e dimensões psicossociais* (pp. 39-56). Rio de Janeiro: NAU editora.
- Beauvoir, S. (1990). *A velhice*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Bellen, H. M. (2006). *Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Branca, T. A. (Diretor). (2013). *Entenda o processo de fabricação de uma calça jeans* [Filme Cinematográfico]. Acesso em 15 de fevereiro de 2013, disponível em <http://maisab.com.br/tvasabranca/blog/entenda-o-processo-de-fabricacao-de-uma-calca-jeans/>
- Broega, A. C., & Silva, M. E. (2010). *Ergonomia no vestuário: Conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda*. Buenos Aires: V Encuentro Latinoamericano de Diseño.

- Broinzi, P. M. (Abril a junho de 2004). Imperialismo e crise socioambiental. *Revista PUCVIVA*, 15-18. Acesso em 28 de abril de 2012, disponível em http://www.apropucsp.org.br/revista/r20_r04.htm
- Caradec, V. (2011). Sexagenários e octogenários diante do envelhecimento do corpo. Em M. Goldenberg, *Corpo, envelhecimento e felicidade* (p. 387). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Cardoso, R. (2013). *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify.
- Debert, G. G. (2011). Velhice e tecnologias do rejuvenescimento. Em M. Goldenberg, *Corpo, envelhecimento e felicidade* (pp. 65-82). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Duarte, F. (2019). *Pela 1ª vez, mundo tem 'mais avós do que netos'*. Acesso em 21 de maio de 2019, disponível em BBC: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-47799778>
- Elkington, J. (2001). *Canibais de garfo e faca*. São Paulo: Makron books.
- Estatuto do Idoso. (1 de outubro de 2003). *Lei nº 10.741*. Acesso em 04 de outubro de 2013, disponível em http://planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.html
- Filho, J. G. (2006). *Design do objeto: bases conceituais*. São Paulo: Escrituras Editora.
- Fletcher, K., & Grose, L. (2011). *Moda & Sustentabilidade: Design para mudança*. São Paulo: Senac São Paulo.
- Folha de São Paulo. (s.d.). *Idosos reclamam da falta de produtos adequados*. Acesso em 09 de junho de 2016, disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/183649-falta-produto-adequado-a-3-idade-diz-consumidor.shtml>
- Guimarães, L. B. (2009). *Design e sustentabilidade: Brasil: produção e consumo, design sociotécnico*. Porto Alegre: FEENG UFRGS.
- Gwilt, A. (2015). *Moda Sustentável: Um guia prático*. São Paulo: Gustavo Gili.

- Hauken, P. (2011). Prefácio. Em K. Fletcher, & L. Grose, *Moda & Sustentabilidade: Design para mudança* (pp. 4-5). São Paulo: Senac São Paulo.
- Kazazian, T. (2005). *Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Senac São Paulo.
- Krippendorff, K. (setembro-dezembro de 2000). Design centrado no ser humano: uma necessidade cultural. *Estudos em design*, 8(3), pp. 87-98.
- Leff, E. (2011). *Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder*. Petrópolis: Vozes.
- Leonard, A. (09 de março de 2012). *Berkeley: Funders workgroup for sustanaible production and consumption*. Fonte: The story os stuff: <http://www.storyofstuff.org/movies-all/story-of-stuff/>
- Lopes, A., Yokomizo, P., Bernardo, C. M., Silva, L. H., Melo, P., & Yoshioka, T. (2012). Envelhecimento e velhice: pistas e reflexões para o campo da moda. Em C. MESQUITA, & K. CASTILHO (Eds.), *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores* (pp. 45-53). São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Loures, R. C. (2009). *Sustentabilidade XXI: Educar e inovar sob uma nova consciência*. São Paulo: Gente.
- Machado, M. C. (2005). Análise ergonomica em uma instituição geriátrica: estudo de caso. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Manzini, E., & Vezzoli, C. (2005). *O desenvolvimento ambiental do produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo .
- Martins, S. B. (2006). Ergonomia e usabilidade: princípios para o projeto de produtos de moda e vestuário. *Congresso Brasileiro de Ergonomia*. Curitiba: ABERGO.
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to cradle: remaking the way we make things*. New York: North Point Press.
- Mohr, A. M., Cavallet, L. H., Gomes, A. S., Costa, & e, V. C. (2012). *Pensando a inclusão*. Curitiba: Editora UTFPR.

- Morace, F. (2013). *O que é futuro?* São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Morace, F. (2018). *Consumo autoral: os novos núcleos geracionais*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Moraes, D. d. (2010). *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher.
- Moragas, R. M. (2010). *Gerontologia Social: envelhecimento e qualidade de vida*. São Paulo: Paulinas.
- Motta, A. B. (2002). Envelhecimento e sentimento do corpo. Em C. E. Maria Cecília de Souza Minayo (Ed.), *Antropologia, saúde e envelhecimento* (pp. 37-50). Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ.
- Neri, A. A. (2009). O envelhecimento no universo do trabalho. Em J. C. Júnior (Ed.), *Empreendedorismo, Trabalho e Qualidade de Vida na Terceira Idade* (pp. 49-66). São Paulo: Editora Edicon.
- Netto, F. L. (2004). Aspectos biológicos e fisiológicos do envelhecimento humano e suas implicações na saúde do idoso. *Pensar a prática*, 7(1).
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1997). *Criação do conhecimento na empresa: Como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Organização Mundial da Saúde. (2015). Relatório mundial de envelhecimento e saúde. Genebra: OMS.
- Paulon, S. M., Freitas, L. B., & Pinho, G. S. (2005). Documento subsidiário à política de inclusão. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial.
- Reis, D. (2010). *Product design in the sustainable era*. . Köln: Taschen GmbH.
- ROSENFELD, I. (2002). *Viva agora envelheça depois: Maneiras comprovadas de desacelerar o tempo*. São Paulo: Editora UNESP.
- Sachs, I. (1993). *Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente*. São Paulo: Fundap.
- SANTOS, J., GICO, V. V., REIS, L. A., DUARTE, S. F., & MARINHO, T. T. (2014). Construção social da velhice. Em A. C. Campos, A. H. Correa, & E. M. Berlezi

- (Eds.), *Direito do idoso: Os novos desafios das políticas públicas* (pp. 61-76). Ijuí: Ed. Unijuí.
- Saúde, O. M. (2015). *Informe mundial sobre el envejecimiento y la salud*. Organização Mundial da Saúde, Genebra.
- Simmel, G. (1971). *On individuality and social forms*. Chicago: Levine.
- Simões, J. F., & Bispo, R. (2006). *Design inclusivo acessibilidade e usabilidade em produtos, serviços e ambientes*. Lisboa: Centro Português de Design.
- Simões, R. (1998). *Corporeidade e terceira idade: a marginalização do corpo idoso*. Piracicaba: Unimep.
- Sousa, L. M. (15 de agosto de 2017). *A criação do "super-idoso"*. Acesso em 15 de setembro de 2019, disponível em Jusbrasil:
<https://laismarine.jusbrasil.com.br/artigos/488240894/a-criacao-do-super-idoso>
- Thorpe, A. (2007). *The designer's atlas os sustainability*. Washington: Island Press.
- Vianna, C., & Quaresma, M. (2015). Ergonomia: Conforto têxtil no vestuário do idoso. (pp. 1-9). Recife: 15º Ergodesign/Usihc.

Apêndice 1

Questionários

Médicos

1. Sobre a autonomia do idoso:
 - Você vê isso acontecer na realidade, qual o percentual notado dentre seus pacientes?
 - O que pode ser categorizado como normal nos aspectos da velhice? (Não patológico)
2. Qual a sua opinião sobre o como está sendo tratado o envelhecimento?
3. Quais as características do envelhecimento que serão uma nova realidade no futuro?
4. Existem pontos ou áreas do corpo de um idoso que ele e/ou os cuidadores devem ter atenção, como fator indicativo que uma peça de vestuário pode ocasionar alguma patologia?
5. Conforme OMS, há uma nomenclatura que cita o jovem idoso o indivíduo que compreende a faixa etária entre 60 e 65 anos. Como vê o comportamento dessas pessoas que pertencem a esse grupo com o envelhecimento e há uma procura pelo médico geriatra?
6. Dos seus pacientes qual o percentual de faixa etária que atende?

Psicólogos

1. Como atenta aos comportamentos dos atuais idosos e o que nota que acarretará no futuro?
2. A idosa possui problemas de identidade advinda do envelhecimento?
3. Quando uma mulher começa a se enxergar idosa há traços de mudança de comportamento significativo?
4. O que nota de diferente em idosos que são institucionalizados e os não institucionalizados?
5. Há algumas afirmações de autores que mencionam que o idoso também é dividido em fases, que a faixa dos sessenta anos seria o idoso adolescente, a faixa dos setenta anos o idoso adulto e depois dos oitenta seria o ancião, qual sua visão sobre esta divisão?
6. O que nota de diferente no envelhecimento da mulher em relação ao homem?
7. Entre seus pacientes predomina a visão de que envelhecer é o fim da vida?
8. Você percebe que seus pacientes mantem uma autoestima alta?

Idosas

1. Quando e como você percebeu que estava envelhecendo? Qual foi sua sensação? O que mudou em sua vida, em seus hábitos, em sua vida social?
2. Envelhecer é um problema para você?

3. Adaptou algo da sua vida por que não consegue fazer como antes?
4. Sente a pressão de se manter jovem?
5. Há insatisfação com seu corpo?
6. O que passou a incluir na sua vida, depois dos 60 anos?
7. Quais são seus planos futuros?
8. Como você vê a moda?
9. O que sente falta na moda atual?
10. Ao adquirir peças de vestuário, o quais são os itens que leva em consideração?
11. Com relação às vestimentas para a parte superior do corpo, qual(is) item(ns) lhe causa maior desconforto a respeito da estética
 - o tecido
 - a modelagem
 - estampas
 - não há desconforto
12. Quanto aos acessórios das vestimentas abaixo, qual(is) causa(m) desconforto?
 - zíper
 - bolsos
 - apliques
 - botões
 - elástico
 - punhos
 - não há desconforto

Se sente desconforto, relate o porquê.

13. Quanto aos acessórios das vestimentas abaixo, qual(is) causa(m) desconforto?
 - zíper
 - bolsos
 - apliques
 - botões
 - elástico
 - punhos
 - não há desconforto

Se sente desconforto, relate o porquê.

14. Com relação às vestimentas para a parte inferior do corpo, qual(is) item(ns) lhe causa maior desconforto a respeito da estética
 - o tecido
 - a modelagem
 - estampas
 - não há desconforto
15. Quanto a modelagem das vestimentas para a parte inferior do corpo, qual(is) item(ns) lhe causa maior desconforto?

- o cavalo
- o cóis
- a largura do quadril
- a largura das pernas
- a largura da barra (abertura)

Relate o porquê:

16. Quanto aos acessórios das vestimentas abaixo, qual(is) causa(m) desconforto?

- zíper
- bolsos
- apliques
- botões
- elástico
- punhos
- não há desconforto

Se sente desconforto, relate o porquê.

17. Com relação aos tecidos, qual acredita que tenha aspectos que considera esteticamente agradável e usaria em seu dia a dia:

- tecido pesado (ex: jeans, tricô, brim, sarjas)
- tecido leve (ex: seda, tricoline, cambraia)
- tecido intermediário (ex: moletom, malha de linha,,)
- tecido elástico (ex:coton, malhas em geral, tecidos que tenham elastano)
- não sabe opinar

18. Quanto aos aspectos gerais estéticos, analise as imagens cedidas e avalie como classificaria sua forma de se vestir atualmente em seu dia a dia:

19. Quanto aos aspectos gerais estéticos, analise as imagens cedidas e avalie como classificaria a forma que desejaria se vestir no dia a dia:

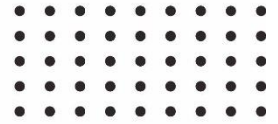
20. Quando vai comprar uma nova roupa, você encontra o que deseja?

1		2		3		4		5		6		7		8	
9		10		11		12		13		14		15		16	
17		18		19		20		21		22		23		24	

Designers

1. Atualmente qual metodologia projetual utiliza para desenvolver os produtos?
2. Encontra ou encontrou dificuldade de desenvolver produtos que tem a inclusão como objetivo de produção?
3. Analise as diretrizes da pesquisa, conseguiria implantar no desenvolvimento de seus produtos?
4. Quais os pontos positivos e negativos das diretrizes?
5. Há algum aspecto que faltou ser tratado nas diretrizes?
6. O que falta ainda ser abordado quando se trata de desenvolver produtos inclusivos?

PROCEDIMENTO PARA USO DO PLANNER

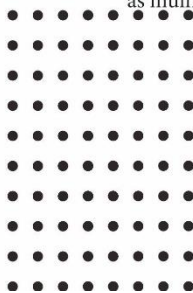


Este planner foi elaborado para auxiliar no desenvolvimento do seu projeto de coleção, que tem como público-alvo mulheres idosas, são pontos a serem atentados, visto em entrevista com várias mulheres que relataram sua relação com a moda e com suas peças de vestuário, para tanto, junto com este planner acompanha cards para que consiga preencher parte das etapas, assim, cada fase foi pensada para seguir uma ordem sistemática, até para que consiga organizar todos os tópicos para uma boa elaboração de sua coleção.

Seguem as etapas que constam neste planner:

1. Defina os pontos iniciais da sua coleção
2. Elabore seu cronograma para o desenvolvimento total da coleção
3. Defina a persona da sua coleção, para isso use os cards PERSONAS, esses cards foram elaborados em uma síntese das personalidades analisadas em entrevistas em consonância com os núcleos geracionais de Francesco Morace (2018).
4. **Análise da emoção:** a coleção dos produtos de vestuário será amparada pelos recursos da emoção, para tanto utilize os cards EMOÇÃO, assim, utilize os tópicos para levantar quais emoções quer que a coleção como um todo deverá refletir para seu público (modelo de Tonetto e Costa, 2011)
5. **Personalidade dos produtos:** para esta fase utilize os cards PERSONALIDADE (ao todo são 17 cards), leia com atenção aos direcionamentos que são dados neste tópico para que possa funcionar como uma ferramenta de criatividade.
6. **Crítérios de conforto:** com base nas entrevistas foram levantados pontos que em algum aspecto causa desconforto nas mulheres idosas, esta fase deverá ser atentada em conformidade com o tipo de produto que irá desenvolver, e pensada em conjunto com a(o) modelista. Utilize os cards CONFORTO para que possa compreender os tópicos de conforto pertinentes aos 4 pontos dos níveis relacionados à peças de vestuário.
7. **Croquis:** as bases de corpo foram montadas em conformidade com a análise corporal da média das mulheres idosas que compuseram a pesquisa. Para a avaliação do modelo desenhado, utilize a transparência para colocar por cima do seu desenho, para que possa atentar se interfere no conforto corporal da mulher idosa.
8. Após a construção das peças utilize a ficha de avaliação de conforto para cada peça elaborada, atente as instruções passadas neste tópico.
9. **Análise da tarefa:** neste espaço anote sua avaliação se as peças elaboradas atende aos critérios levantados em todas as fases anteriores, utilize os cards TAREFA, para que possa lhe auxiliar a não esquecer nenhuma etapa.

Espero que estas instruções possa lhe ajudar a desenvolver produtos que atendam satisfatoriamente as mulheres idosas. Chegou o momento criar moda ageless.



Tempo estipulado para etapa:
1h40min

[illegible][illegible][illegible][illegible]

NÃO ESQUECER

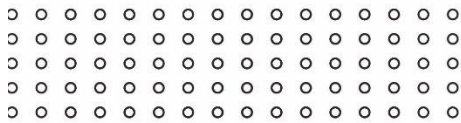
CRONOGRAMA

Tempo estipulado para etapa:
40min



JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO
ABRIL	MAIO	JUNHO
NOTES		

CRONOGRAMA



Tempo estipulado para etapa:
40min

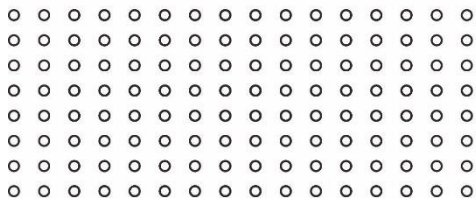
JULHO	AGOSTO	SETEMBRO
OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
NOTES		

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with rounded corners. It features ten horizontal blue ruling lines spaced evenly down the page. Along the right-hand side, there are ten circular punch holes, each aligned with one of the ruling lines. The paper is otherwise blank, with no text or markings.

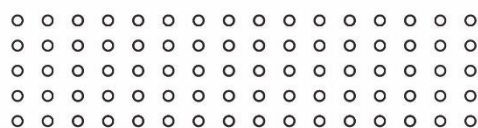
A large rectangular area with a thin black border, intended for a photograph or drawing. The word "IMAGE" is printed in bold, black, uppercase letters at the top center of this area.

DATA: _____



PLANEJAMENTO EMOCIONAL

Tempo estipulado para etapa:
1h30min



EMOÇÃO PRETENDIDA

- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○

ANÁLISE DA EMOÇÃO

- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○

PRODUTOS

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

INTENÇÕES DE USO

AVALIAÇÕES POTENCIAIS

SOLUÇÃO

PERSONALIDADE



LIST

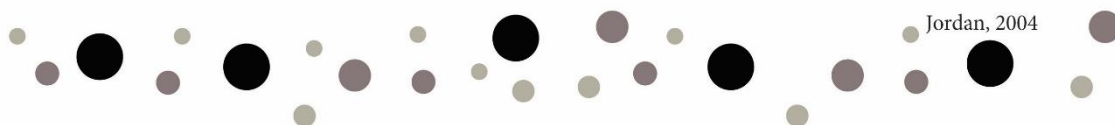
Tempo estipulado para etapa: 1h

Neste espaço você designer deverá selecionar a(s) personalidade(s) que seus produtos de vestuário deverão ter, este momento poderá auxiliar sua criatividade e definir quais emoções quer que os produtos transmitam ao seu consumidor.

Assim, com os cards de personalidade em mãos veja cada um deles, após a visualização imagine seus produtos como um objetos vivos (pessoas). Escolha qual(is) tipo(s) de personalidade(s) terá relação com as pessoas.

Nos campos abaixo, liste a(s) personalidade(s) escolhida(s), após esse exercício liste como poderia explorar em aspectos tangíveis e reais nos produtos. Considere formas, silhuetas, tecidos, texturas, estampas, cores, modelagem, costura, beneficiamento e acabamentos.

DIMENSÃO DA PERSONALIDADE	DIMENSÃO DA PERSONALIDADE ANTAGONISTA
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____



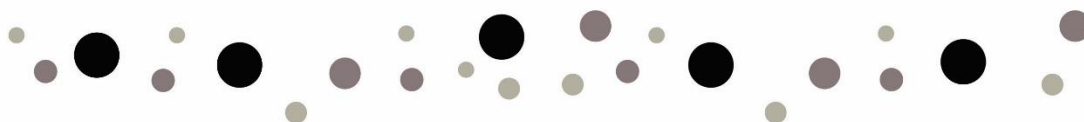
Jordan, 2004

CRITÉRIOS A SEREM ATENDIDOS

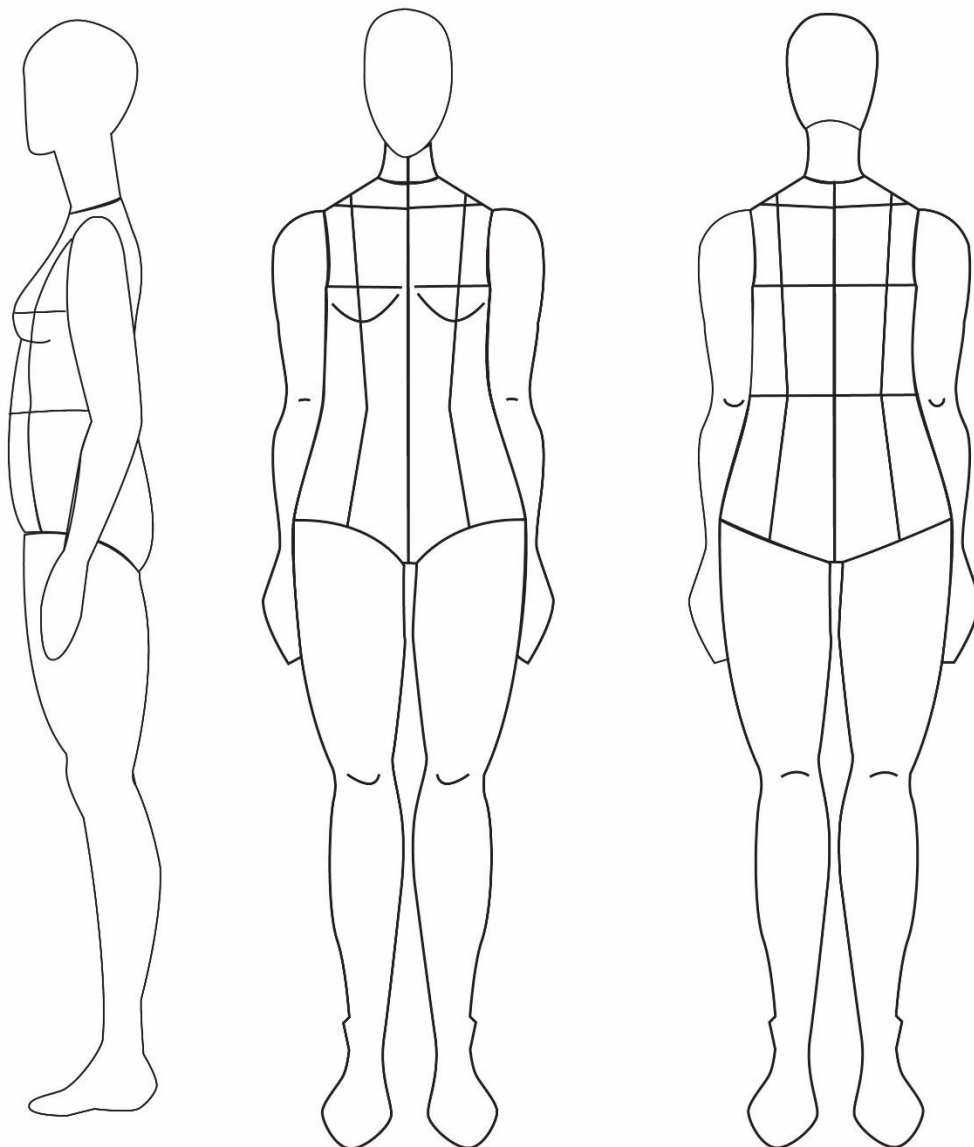


Quanto ao desenvolvimento das peças com base em pesquisa, várias mulheres relataram que os pontos a seguir as incomodam dependendo da forma como são utilizados na construção da peça, assim, avalie em conjunto com a(o) modelista a melhor forma de ser inserido em sua(s) peça(s).

Com relação às vestimentas para a parte superior do corpo, itens a serem atendidos de desconforto ☐ o tecido ☐ a modelagem ☐ estampas ☐ costuras ☐ acabamentos ☐ beneficiamento
Quanto a modelagem das vestimentas para a parte superior do corpo, itens a serem atendidos ☐ a cava frente ☐ a cava costa ☐ o punho ☐ comprimento costas ☐ comprimento frente ☐ a largura da cintura ☐ a largura das mangas ☐ a largura da barra (abertura)
☐ decote Quanto aos acessórios das vestimentas da parte superior, itens que devem ser atendidos quanto ao conforto ☐ zíper ☐ bolsos ☐ botões ☐ elástico ☐ punhos
Com relação às vestimentas para a parte inferior do corpo, itens a serem atendidos de desconforto ☐ o tecido ☐ a modelagem ☐ estampas ☐ costuras ☐ acabamentos ☐ beneficiamento
Quanto a modelagem das vestimentas para a parte inferior do corpo, itens a serem atendidos ☐ o gancho ☐ o cós ☐ a largura do quadril ☐ a largura das pernas ☐ a largura da barra (abertura)
Quanto aos acessórios das vestimentas da parte inferior, itens que devem ser atendidos quanto ao conforto ☐ zíper ☐ bolsos ☐ apliques ☐ botões ☐ elástico ☐ punhos



CROQUIS



TESTE CONFORTO

O teste de conforto deve ser feito no teste do protótipo, pelo modelo de prova, para tanto conforme a temporada para qual está construindo a peça, a temperatura ambiente deve ser semelhante ao período que a peça será utilizada. Utilize as legendas abaixo para medir os níveis de conforto das peças.

Idade: _____ Nome: _____			Data: ____/____/____		Temperatura: 		
Critério de conforto			peça 1	peça 2	peça 3	Peça 4	Peça 5
Tecido/ Malha	Toque	Natural					
		Artificial/ Sintético					
		Suavidade					
		Rugosidade					
		Toque quente					
		Toque frio					
		Duro					
		Flexível					
		Apertado/Encorpado					
	Fluido						
Elast.	Elasticidade do tecido						
Vestunário	Peso	Leve					
		Pesado					
	Ergonômico	Modelagem					
		Modelagem ajustada pelo corpo					
		Facilidade de movimento					
		Facilidade em vestir / despir					
		Facilidade em fechar / abotoar					
	Térmico	Conforto da costura					
		Adequação às condições climáticas					
		Frescor					
		Absorção de suor					
		Proteção ao frio					
	Palco estético	Permeabilidade do ar					
		Cor das tendências da moda					
		Estampa / Padrão nas tendências da moda					
		Peça de design (diferenciada)					
		Durabilidade / aparência de novos					
		Qualidade do ajuste					
		Satisfação no uso					
		Segurança no uso					
Ajustado ao estilo pessoal							
Total	Taxa de Avaliação de Conforto						

Tempo estimado para análise de cada peça: 30 min.

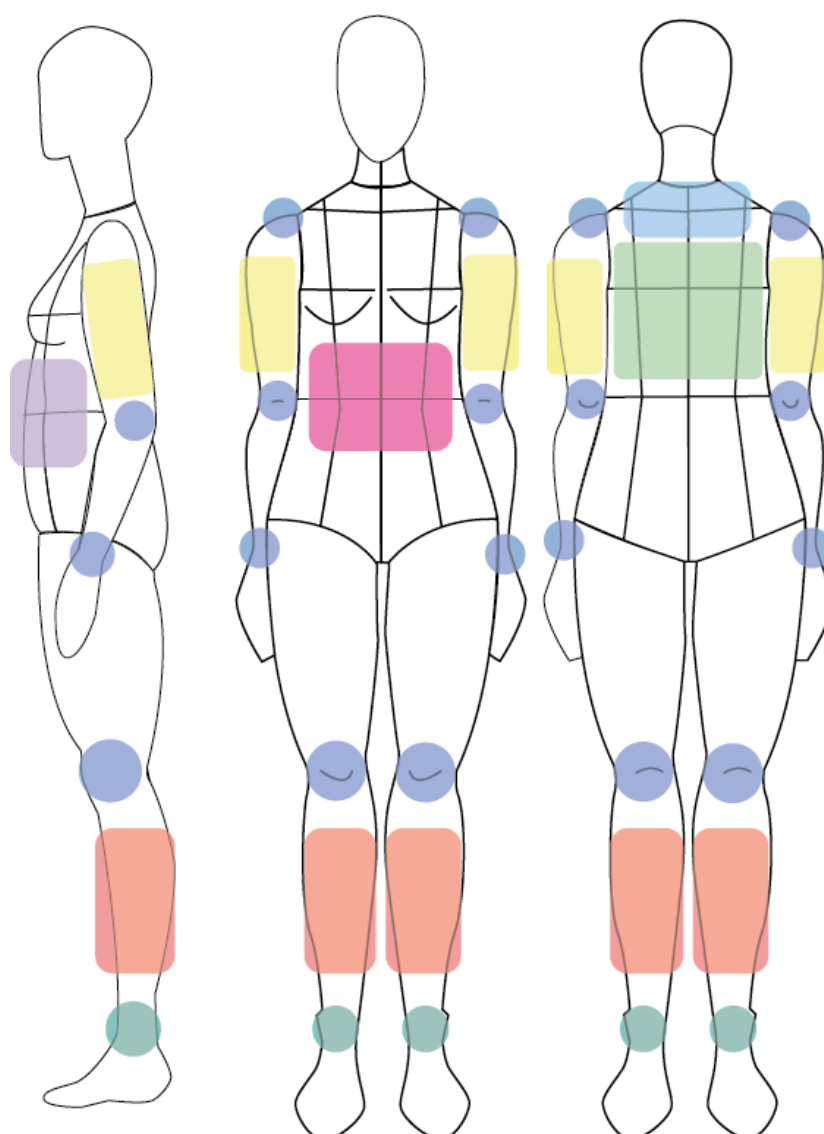
Legenda de pontuação de usabilidade:				
Muito Insatisfatório		Muito Satisfatório		
				
1	2	3	4	5



Este ponto deve ser verificado após a avaliação de conforto

TAREFAS NÃO ATENDIDAS

[illegible]



Possíveis perdas de movimento e articulações podem complicar algumas ações.

"Aumento da flacidez, que contribui para o aumento da circunferência do braço" (Brigatto et al, 2014, p.10).

- Diminuição do tecido gorduroso.

"diminuição entre a distância dos ombros bem como uma alteração na curvatura entre o pescoço e o ombro, o qual sofre leve inclinação para frente" (BRIGATTO et al, 2014, p. 9)

"Movimento restritos, devido à redução de flexibilidade muscular e articular, o que pode dificultar o ato de vestir de idosos" (BRIGATTO et al, 2014, p. 9).

- Aumento do tecido gorduroso

- Costas mais curvadas, para garantir mais flexibilidade

Aumento da gordura corpórea
Perda progressiva da massa magra

Quando há patologias referentes a essa região podem comprometer as ações da coluna, joelho e pés.

Perda da força muscular
Perda do tecido gorduroso

Movimento de marcha mais curto e lento

Apêndice 3

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da Pesquisa: "Design de vestuário e a velhice feminina – Possibilidades e estímulos para inclusão sócio cultural"

Nome da Pesquisadora: Mariana Dias de Almeida

Nome da Orientadora: Marizilda dos Santos Menezes

1. **Natureza da pesquisa:** o(a) sr.(a) está sendo convidado (a) a participar desta pesquisa que tem como finalidade O objetivo desta pesquisa é investigar as funções do design (prático-funcionais, estéticos e simbólicos) relacionados aos aspectos de conforto (psicológicos, ergonômicos, sensoriais e térmicos), bem-estar e valorização do vestuário destinadas às mulheres idosas de 65 a 75 anos, observando as adequações e/ou inadequações projetuais tendo em vista o desenvolvimento de diretrizes metodológicas para que os profissionais de design de moda e futuros designers, possam desenvolver produtos de vestuário com estrutura que atendam a parâmetros corporais normais (não patológicos) referentes a idade.
2. **Participantes da pesquisa:** 30 participantes, sendo 22 do gênero feminino entre 65 a 75 anos, 2 médicos geriatras, 2 psicólogos e 4 designers de Moda.
3. **Envolvimento na pesquisa:** ao participar deste estudo o(a) sr.(a) permitirá que a pesquisadora Mariana Dias de Almeida utilize das informações adquiridas para construir seu protocolo de diretriz metodológica de projeto. O(a) sr.(a) tem liberdade de se recusar a participar e ainda se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo para o(a) sr.(a) (...). Sempre que quiser poderá pedir mais informações sobre a pesquisa através do telefone da pesquisadora do projeto e, se necessário através do telefone do Comitê de Ética em Pesquisa.
4. **Sobre as entrevistas:** Serão aplicados protocolos de análise para preenchimento da pesquisadora após avaliação visual e coleta de informações durante a realização do seu trabalho, não interferindo no mesmo. Para documentar os dados serão realizadas entrevistas gravadas e fotos com a preservação de sua identidade.
5. **Riscos e desconforto:** a participação nesta pesquisa não infringe as normas legais e éticas (especificar aqui possíveis riscos e desconfortos gerados durante a pesquisa). Os procedimentos adotados nesta pesquisa obedecem aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos conforme Resolução nº. 466/12 do Conselho Nacional de Saúde. Nenhum dos procedimentos usados oferece riscos à sua dignidade.
6. **Confidencialidade:** todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Somente a pesquisadora e sua orientadora (e/ou equipe de pesquisa) terão conhecimento de sua identidade e nos comprometemos a mantê-la em sigilo ao publicar os resultados dessa pesquisa.
7. **Benefícios:** ao participar desta pesquisa o(a) sr.(a) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo resulte em informações importantes sobre como serão desenvolvidos os produtos de vestuário a partir dos resultados desta pesquisa, visando na melhoria estética e funcional, de forma que o conhecimento que será construído a partir desta pesquisa possa contribuir com as metodologias de projeto de vestuário, em que a pesquisadora se compromete a divulgar os resultados obtidos, respeitando-se o sigilo das informações coletadas, conforme previsto no item anterior.
8. **Pagamento:** o(a) sr.(a) não terá nenhum tipo de despesa para participar desta pesquisa, bem como nada será pago por sua participação.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Portanto preencha, por favor, os itens que se seguem:

Confiro que recebi cópia deste termo de consentimento, e autorizo a execução do trabalho de pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo.

Obs: Não assine esse termo se ainda tiver dúvida a respeito.

Consentimento Livre e Esclarecido

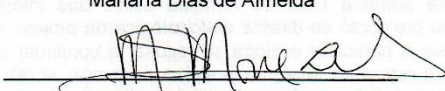
Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Nome do Participante da Pesquisa

Assinatura do Participante da Pesquisa

Mariana Dias de Almeida

Mariana Dias de Almeida


Marizilda dos Santos Menezes

Pesquisadora: Mariana Dias de Almeida | (18) 981360610

Orientadora: Marizilda dos Santos Menezes | (14) 3103-4826

Coordenador: Paula da Cruz Landim

Vice-Coordenador: Fausto Orsi Medola

Telefone: 3103-4825

Email: sta.faac@unesp.br